

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Bakalářská práce**

**DESIGN OBALU PRŮMYSLOVÉHO VÝROBKU**

**Daniela Rettová**

**Plzeň 2016**

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Katedra designu**

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

**Bakalářská práce**

**DESIGN OBALU PRŮMYSLOVÉHO VÝROBKU**

**Daniela Rettová**

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková  
Katedra designu  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2016**

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....  
podpis autora

## Poděkování

Úvodem bych chtěla poděkovat vedoucí práce akad. mal. Dittě Jiříčkové, za odborné vedení, pomoc a rady, které mi byly nápomocné při tvorbě mé bakalářské práce.

Dále bych chtěla poděkovat celé mé rodině za podporu.

## Obsah

1	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE .....	1
2	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY .....	3
2.1	Odůvodnění výběru a můj vztah k těmto produktům .....	3
2.2	Firmy na trhu v Plzni a jejich sortiment produktů .....	4
3	CÍL PRÁCE .....	5
4	PROCES PŘÍPRAVY .....	6
5	PROCES TVORBY .....	8
5.1	Logo .....	8
5.2	Produkty .....	9
5.3	Merkantilní tiskoviny .....	13
6	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA .....	14
6.1	Barvy .....	14
6.2	Font .....	14
6.3	Plotrování .....	15
6.4	Potisk textilu .....	15
6.5	Gravírování .....	15
7	POPIS DÍLA .....	16
8	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR .....	17
9	SILNÉ STRÁNKY .....	18
10	SLABÉ STRÁNKY .....	19
11	Seznam použitých zdrojů .....	20
11.1	Knižní a periodická literatura .....	20
11.2	Internetové zdroje .....	21
12	Resumé (EN) .....	22
13	Seznam příloh .....	23

## 1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

K umění již tíhnu od malička. Na základní škole jsem navštěvovala ZUŠ v Plzni. Tato škola mě seznámila se základy kreslení, malování a taktéž s grafickými technikami. Již tehdy jsem objevila zálibu v tomto oboru. Chtěla jsem více rozvíjet své výtvarné nadání a začít se ubírat směrem grafického designu. Tento obor jsem měla možnost dále rozvíjet a prohlubovat na Střední umělecko- průmyslové škole Zámeček. Tato škola mě seznámila se základy grafického designu a měla jsem zde možnost zjistit, co obnáší profese grafika. Díky této škole jsem vyzkoušela různé grafické techniky a pronikla do základů typografie, ve které jsem doposud neměla žádné zkušenosti. V neposlední řadě jsem se díky této škole seznámila a naučila s grafickými editory, v kterých jsem byla do té doby nezkušená. Tato má nezkušenost se promítala do mé prvotní tvorby.

Když se ohlédnu zpět k mým prvotním dílům, spatřuji neestetičnost až jistou přeplácánost. K čistotě a tzv. jednoduchosti jsem se postupně propracovala. Sama jsem začala pozorovat, že se mi líbí práce, které jsou krásné svou lehkostí a jednoduchostí. Není tedy zapotřebí dělat věci nabyté různými grafickými efekty.

Dalším důležitým rozhodnutím v mém studiu bylo, jak dále pokračovat po střední škole. Rozhodla jsem se pro pokračování v mém oboru na Fakultě umění a designu Ladislava Sutnara. Nyní jsem u konce mého studia a jsem ráda, že jsem měla možnost se nadále v tomto oboru rozvíjet, zdokonalovat své zkušenosti a zjišťovat, kam se vlastně chci ubírat a jakým směrem pokračovat. Měla jsem zde také možnost vyzkoušet různé grafické techniky, které už nejsou nyní tak aktuální, pro mě však velmi přínosné a obohacující. Například jsem

strávila celý jeden semestr v knihtiskové dílně a vyzkoušela si, co všechno tato práce obnáší. Dle mého názoru, jsou zkušenosti se staršími technikami pro studenta přínosné. Je důležité vědět, jak se dříve pracovalo. Mně se díky tomu rozšířili znalosti a mohu teď z těchto zkušeností čerpat. V neposlední řadě nesmím opomenout hodiny dějin vizuální komunikace, díky kterým jsem pronikla do historie grafického designu, v které mé znalosti nebyly dosud příliš velké.

Pokud shrnu celé mé studium na vysoké škole, bylo pro mě velmi obohacující, inspirativní a přínosné. Měla jsem možnost načerpat nové zkušenosti, vyzkoušet nové tvůrčí úkoly, upevňovat své dosavadní zkušenosti a ujasnit si, kam budu dále směřovat. Tímto bych chtěla také poděkovat svým profesorům, které jsem měla možnost za dobu svého studia poznat, a kteří mi předávali své zkušenosti po celou dobu studia.

## 2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

### 2.1 Odůvodnění výběru a můj vztah k těmto produktům

Téma mé bakalářské práce je vytvoření značky pro obchod s farmářskými produkty a jejich následná realizace v počtu 10 produktů ve 3D. Důvodem výběru tohoto tématu je moje zainteresovanost do zdravého životního stylu, ekologie a obchodů, které nabízí produkty této filosofie. Z vlastní zkušenosti jsem měla možnost poznat kvalitu a sortiment těchto obchodů díky tomu, že jsem pracovala v obchodu pro společnost Český národní podnik Manufaktura s.r.o.<sup>1</sup>. Zjistila jsem, že obchod využívá surovin od lokálních výrobců a díky tomu podporuje makroekonomii. Myšlenku využití lokálních zdrojů jsem chtěla přenést do mé bakalářské práce a tím vytvořit koncept propojení farmářských produktů s obchodem. Tato obchodní strategie podporuje tuzemské výrobky a podstatou je nabídnout zákazníkovi produkt, který je z jeho kraje a není dovážen ze zahraničí. Jako dalším důvodem výběru toho tématu je to, že tyto obchody využívají recyklovatelné materiály, které šetří životní prostředí, využívá se minimum plastů a minimum obalu.

Při bližším zkoumání prodejen obchodů s tímto zaměřením v Plzeňském kraji jsem zjistila, že tyto existují pouze za primárním účelem prodeje, nikoli s možností si daný produkt koupit a odnést např. jako svačínový set, což bych navrhovala. Daná prodejna by tudíž nabízela produkty od lokálních dodavatelů a zároveň by využila vlastních surovin, které prodávají, na výrobu malého občerstvení na cestu.

---

<sup>1</sup> Manufaktura [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://manufaktura.cz>



## **2.2 Firmy na trhu v Plzni a jejich sortiment produktů**

Ráda bych zde uvedla firmy, které působí v Plzeňském kraji a nabízí farmářské produkty. Tyto firmy posloužily jako základ inspiračních zdrojů pro moji myšlenku s farmářským obchodem a staly se odrazovým bodem pro moji práci. Nyní uvedu příklady firem(viz. příloha 1)

### 3 CÍL PRÁCE

Cílem mé bakalářské práce bylo vytvoření značky pro obchod s farmářskými produkty a následná realizace sady 10 obalů k vybraným produktům. Dále bylo vytvořit logo a k tomu celý vizuální styl včetně produktů tak, aby bylo patrné, o jaký druh obchodu se jedná. Zároveň, aby daný styl byl v souladu s mým estetickým cítěním pro danou věc.

Důležité bylo mít v poměru tři aspekty. Jednak stránku ekologickou, dále estetickou a ekonomicky nenáročnou pro malý obchod. Důležité bylo vytvořit adekvátní kompromis mezi náklady na výrobu a esteticky pěkným produktem, který by lákal k prodeji.

Farmářské obchody se stávají velkým trendem a takzvaným životním stylem a filosofií určité skupiny lidí. Vzniká tak spousta nových firem a konkurence na trhu je velká. Tudíž je mým cílem vytvořit obchod, do kterého se lidi budou rádi vracet a bude poutat svým vzhledem a stylem. V neposlední řadě jsem k tématu přistupovala z ženské stránky, zejména z estetického pohledu. Aby sortiment byl pro ženu lákavý a nákup produktu ji bavil, neboť převážně cílovou skupinou těchto produktů jsou právě ženy.

## 4 PROCES PŘÍPRAVY

Celému vytváření a tvorbě značky pro můj farmářský obchod předcházely průzkum a inspirace jak na internetových portálech (např.: Pinterest<sup>2</sup> a Behance<sup>3</sup>), tak i samotný průzkum místních plzeňských obchodů s farmářskými potravinami. Zjišťovala jsem, jaký sortiment je zde zákazníkům nabízen a jak celkově prodejna působí. Především mě zajímal celkový vizuální vzhled obchodu a obalový materiál produktů, neboť právě obal je mým cílem při tvorbě mé bakalářské práce.

Dalším bodem mé přípravy, od kterého jsem se odrážela, a který stál na počátku mé tvorby, byla příprava inspirativní rešerše. „*Systematický průzkum a studium materiálů a zdrojů za účelem získání faktů a utváření nových závěrů.*“<sup>4</sup> Rešerše mě posloužila jako ujasnění si, jak bych si přibližně představovala, aby mé výsledné produkty vypadaly a jakým stylem bych se ráda ve své tvorbě ubírala. Ujasnila jsem si díky této přípravě např., jaké produkty bych ráda tvořila a jak by měly vizuálně vypadat. Promýšlela jsem, které obalové materiály bych mohla použít a jaké barvy připadají v úvahu. Přikládám na ukázkou vybrané obrázky, které mě posloužily k inspiraci pro mé produkty. (viz. příloha 2)

Jak už jsem v předešlé kapitole uváděla, mým cílem bylo vytvoření vizuálně líbivých produktů. Musela jsem se stále držet myšlenky, že vše co vytvářím, má splňovat určité parametry. Mezi které patří ekologičnost a hlavně ekonomická nenáročnost na výrobu. Tyto faktory mě do jisté míry omezovaly, protože

---

<sup>2</sup> Pinterest [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

<sup>3</sup> Behance [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: [www.behance.com](http://www.behance.com)

<sup>4</sup> WIGAN, Mark. Umění ilustrace: vizuální myšlení. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2970-8.

vytvořit věc esteticky hezkou a nákladově nenáročnou není úplně snadné. Na druhou stranu i v těch omezeních jsem si našla určité výhody. Lépe se mně vytvářel jednotný styl a také jsem se vyvarovala tzv. pře kombinovatelnosti.

## 5 PROCES TVORBY

Samotnému procesu tvorby předcházelo rozvržení práce a ujasnění si, co všechno bude má bakalářská práce obsahovat. Tím nejzákladnějším a nejdůležitějším ve vizuálním stylu firmy je vytvoření funkčního loga. Logo je tvář firmy. Je to vlastně první z věcí, se kterou se zákazník setká, ještě než do samotného obchodu vstoupí. Proto je velmi důležité udělat logo, které upoutá a na první pohled zaujme. Především by z něj mělo být patrné, o jaký druh obchodu se jedná.

### 5.1 Logo

Jak už jsem se zmínila, logo je to nejdůležitější, z celého vizuálu firmy. Jeho tvorbě jsem věnovala asi nejvíce času z celé bakalářské práce. Samotnému skicování návrhů loga předcházelo vymyšlení názvu firmy. Nebyl to lehký úkol, název obchodu musí být trefný a dobře zapamatovatelný. Chtěla jsem název, který bude působit farmářský, zemědělsky, vesnický a trošku retro. Zároveň jsem se chtěla vyhnout tomu, aby se v mém názvu objevovalo slovo farma, a to z toho důvodu, že mě to nepřijde až tak nápadité. Zabloudila jsem tedy vzpomínkami do svého dětství a k návštěvám mé prababičky. Vybavila jsem si její skvělá jídla, která nám dělala. Její kuchyň a především její špajz, bez kterého by se neobešla. Právě při vzpomínce na její špajzku jsem si řekla, že to je přesně ten správný název pro můj obchod. Byla to místnost, kde se ukrývaly všechny možné věci od domácích zavařenin, kompotů, zavařovaček až po domácí jitrnice, paštiky a maso. Bylo tam všechno. Proto jsem také Špajz vyhodnotila jako svůj ideální název pro obchod s farmářskými produkty. Chci, aby v lidech evokoval domácí poctivou stravu, čerstvost, něco lepšího než najdou v supermarketech, a především, aby měli chuť si jít do obchodu něco koupit.

Název už byl hotov a mě čekalo dotvoření vizuálně hezkého loga. Začala jsem tvořit analogové skici(viz. příloha 3), zachycovat různé tvarové řešení loga a kompozici. Udělala jsem i několik variant pouze typografických, jak kaligrafických, tak i digitálně vytvořených(viz. příloha 4). Ručně kaligraficky psanou variantu jsem brzy opustila, a to z toho důvodu, že se mi k této variantě nehodila žádná digitální podoba fontu. Těžko by se mi s touto variantou pracovalo. Následně jsem opustila i variantu loga s digitální typografií. Protože to na mě působilo až příliš stroze a mě to nepřipomínalo obchod s farmářskými produkty.

Moji finální variantou je logotyp(viz. příloha 6). Zde vzniklo také mnoho variant(viz. příloha 5). Vybrala jsem nakonec variantu, kde hlavní prvek tvoří dveřový oválný štítek, tvarově trošku retro, aby se vzájemně doplňoval s názvem Špajz. Štítek je jen decentní, vytvořený pouze čistou linií, která se opakuje i na ostatních produktech mé bakalářské práce. Linie se tak stala propojujícím prvkem celého vizuálu. V logu je ještě umístěna slepice, která celé logo dotváří, evokuje myšlenku farmaření a zároveň i kompozičně logo vyvažuje.

## **5.2 Produkty**

### **A) Papírová taška**

Vytvořila jsem sadu třech nákupních tašek(viz. příloha 7), kde uplatňuji logo, které propojují se třemi motivy: mrkev (zelenina), mák (rostlina), pšenice (obilnina). Logo zde symbolizuje semeno, z kterého vyrůstají plodiny. V obchodu by se tak střídaly tyto tři varianty tašek. Myslím si, že pro zákazníky je tato obměna motivů zajímavým zpestřením při jejich nákupu. Důležité je také

brát ohled na ekonomičnost, proto by se tašky nechávaly vyrábět jen v jednom z motivů a ten by se obměňoval. Po vypotřebování zásob tašek s jedním motivem by se příště nechaly vyrobit tašky s dalším z motivů.

### **B) Bavlněná taška**

Bavlněné nákupní tašky jsou nyní velkým trendem. Řekla bych až módním trendem, a tak se mi nabízelo ji vytvořit. Především bylo důležité, aby taška upoutala svým vzhledem a byla nositelná napříč všemi generacemi. Zvolila jsem tak na potisk tašky (viz. příloha 8) slogan z loga, který je nedílnou součástí obchodu Špajz. Text je doplněn piktoqramem slepice, která je převzata s loga.

### **C) Obal na vajíčka**

Co se týká obalu na vajíčka, se kterým se setkáváme v obchodech, myslím si, že je zcela funkční a jakékoliv vytváření nového obalu by bylo zbytečné. Nevyplatilo by se to ani po stránce finanční. Zvolila jsem tak jen jednoduchý papírový pruh (viz. příloha 9) s motivem vajíčka, v kterém je napsána daná velikost vajec. Na střed pruhu jsem použila motiv jednoho zvětšeného vajíčka, kde je uveden počet kusů a objevuje se tam piktoqram slepice z loga. Papírový pruh je i velmi praktický, zabraňuje otevření obalu a rozbitím vajec.

### **D) Pytlík na pečivo**

Na pečivo jsem zvolila papírové pytlíky (viz. příloha 10), které jsem potiskla motivem loga doplněné podélnou linií. Celý motiv je velmi decentní a jednoduchý, aby korespondoval s dalšími produkty. Papírové pytlíky jsem volila i z důvodu nezávadnosti pro lidské zdraví. Nedostávají se do potravinu škodlivé látky, jak tomu je u pytlíků z mikrotenu.

### **E) Čajové pytlíky**

Vytvořila jsem set tří vybraných čajových pytlíků (viz. příloha 11). Je na nich opakující se motiv dané bylinky, tvořený v tenké obrysové linii. V dolní části je štítek převzatý z loga, který mi posloužil jako ideální prvek pro popis dané bylinné směsi. Papírový pytlík je i velmi praktický, byliny tak mohou dýchat a díky potisku je na první pohled znatelné, o jaký čaj se jedná.

### **F) Samolepky**

Samolepky (viz. příloha 12) jsem vytvořila pro snadné zalepení nebo jednoduché popsání vybraných produktů. Vybrala jsem čtyři verze. První je čistě s využitím loga obchodu, druhá je se sloganem z loga, který využívá oválný štít z loga. Třetí řešení samolepky je nejuniverzálnější. Uprostřed samolepky je čisté textové pole pro dopsání jakýkoliv informací. Poslední ze samolepek je varianta samolepky hodící se například na uzeniny, kde jsou volná políčka na vypsání ceny, data spotřeby, data balení výrobku. Tato podoba samolepky se dá samozřejmě využít případně i na jiné produkty.

### **G) Svačkový set**

Pro svačkový set jsem volila obalovou formu, která jde objednat z internetového obchodu. Toto řešení jsem zvolila především kvůli finanční nenáročnosti a praktičnosti. Výroba nové formy obalu by byla pro malou firmu, jako je Špajz, velmi náročná a byly by s tím spojené zbytečné náklady. Proto jsem dala přednost již vyráběné krabičce, přes kterou by byl použit mnou navržený papírový pásek (viz. příloha 13), na kterém je umístěno logo firmy. V dolní části krabičky je papírový pruh slepen mnou vytvořenou univerzální samolepkou, ve které je volné místo pro vypsání data spotřeby svačiny.



## **H) Cenovky**

Cenovky jsou vytvořeny jen velmi jednoduše (viz. příloha 14), především čitelně, s dostatkem volného místa na popsání ceny a názvu produktu. Jejich velikost je přizpůsobena tak, aby z ní bylo vše čitelné i starším osobám.

## **I) Visačka na láhev mléka**

Zvolila jsem jen jednoduchou formu visačky (viz. příloha 15), která je tvořena z tvaru loga. Piktogram slepice, který se objevuje na logu, vystřídala kráva, jako symbol kravského mléka. Na visačce jsou uvedeny už jen nejdůležitější údaje, a to, o jaký produkt se jedná a datum spotřeby. Formu visačky jsem zvolila i z toho důvodu, že láhve na mléko jsou zálohované, a tak odpadá starost s odstraňováním nalepené etikety, kterou jsem vyměnila za takovou variantu.

## **J) Papír na sýr a uzeniny**

Využití papíru na balení uzenin a sýrů je velmi praktický a jednoduchý. Je to po finanční stránce nenáročné na výrobu, a zároveň i splňuje funkční předpoklady obalu. Vytvořila jsem sadu dvou variant obalů (viz. příloha 16), jeden na uzeniny, druhý na sýry. Motiv potisku je tvořen piktogramy, které symbolizují daný produkt, kterému je obal určen. Oba motivy potisku jsou vytvořeny jen v jemných liniích a jejich vizuál tak koresponduje s celkovým stylem firmy.

## **K) Etiketa na domácí ovocné limonády**

Zvolila jsem tři varianty příchutí limonád: jahoda (viz. příloha 17), malina (viz. příloha 17) a limetka (viz. příloha 17). Vytvořila k nim jednoduché obrázkové piktogramy, z kterých je zřetelné, o jaké příchuti se jedná. Etiketa limonád je vyřešena převzetím tvaru z loga a doplněna o názvy příchutí limonád.

### 5.3 Merkantilní tiskoviny

Nejprve jsem si stanovila, které merkantilní tiskoviny jsou pro mou firmu ty podstatné, abych nedělala nadbytečné tiskoviny, které by později neměly své uplatnění. Zjistila jsem, že pro tak malou firmu jako je Špajz, dostatečně poslouží vytvoření dopisního papíru, dopisní obálky a vizitky. Veškeré merkantilní tiskoviny jsou tištěny na recyklovatelný papír, v jedné barvě a zachovávají jednoduchý vizuál celé firmy.

Dopisní papír (viz. příloha 18) je řešen umístěním loga v levém horním rohu a adresa je umístěna v dolním levém rohu a je zarovnána na střed, tak jako u následujících tiskovin. Také jsem při tvorbě dopisního papíru myslela na praktičnost využití. Vymyslela jsem ho tak, aby zde nešel žádný motiv do spadávky. Je tedy vytvořen tak, aby byl vytisknutelný v obyčejné tiskárně.

K dopisnímu papíru jsem vytvořila i jednoduchou dopisní obálku (viz. příloha 18), na které je v levém horním rohu umístěno logo. Logo a adresu spojuje linie, která je propojujícím prvkem vizuálu firmy.

Vizitky (viz. příloha 18) jsem vytvořila tak, aby splňovaly svůj účel, který má vizitka plnit. Má být především dobře čitelná a obsahovat potřebné informace. Je tam umístěno logo firmy a u toho kontaktní údaje. Volila jsem jednostrannou variantu hlavně z důvodu ekonomičnosti.

## 6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Moji bakalářskou práci jsem tvořila pomocí vektorové grafiky. Rozhodla jsem se pro tento způsob tvorby, neboť se mi zdá bezproblémová, co se týká technických náležitostí a dobře se mi s ní pracuje. U vektoru je také dobré, že nejsem limitována např. rozlišením, jak je tomu u fotek.

### 6.1 Barvy

*„Barva patří spolu s typografií k nejdůležitějším a nejvlivnějším elementům ve slovníku grafika.“<sup>5</sup>*

Má barevná škála je velmi omezena. Snažila jsem se, aby barvy byly co nejvíce přírodní a nebyly příliš výrazné. Aby působily, přirozeně a hodily se k farmářskému obchodu. Základní barvou celého vizuálního stylu je hnědá C- 35, M- 60, Y- 74, K- 80.

### 6.2 Font

Zvoleným písmem pro moji bakalářskou práci je font Cervo<sup>6</sup>. Je to placený font, který jsem si koupila pro moji práci. Tento font jsem využila nejvíce v řezu regular. Tuto placenou variantu jsem volila zejména proto, že z mých počítačových fontů mě žádný neupoutal natolik, abych jej mohla využít.

---

<sup>5</sup> POULIN, Richard. Jazyk grafického designu. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers, 2011. ISBN 978-80-7391-552-0

<sup>6</sup> Font Cervo [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <https://www.myfonts.com/fonts/blazej-ostoja-lniski/cervo/>

### 6.3 Plotrování

S plotrem jsem se při zhotovení některých mých produktů setkala mnohokrát. Byla to pro mě nová zkušenost, neboť s tímto typem zařízení jsem se doposud neselekala. Využila jsem ho k výrobě etiket na skleněné láhve, k vyrobení firemních samolepek a také jsem díky němu mohla potisknout firemní papírové tašky, které by mě po pár kusech, které jsem pro své účely potřebovala nikde nevytiskly. Ke zhotovení všech těchto produktů jsem využila plotr vyřezávací a plotr inkoustový<sup>7</sup>.

### 6.4 Potisk textilu

S touto technikou jsem měla trošku problém. Chtěla jsem si nechat potisknout plátěnou tašku, ale ve většině případů jsem se setkala s odmítnutím potisknout jeden kus. Min. počet nákladu na tisk byl deset kusů. Tato technika se většinou provádí sítotiskem a firmám se tak nevyplatí dělat síto pro jeden potisk. Pro mé účely, tedy potisk bavlněné tašky, jsem zvolila digitální tisk, který odpovídal mým požadavkům, a především je tato technika tisku snadnější pro výrobu jednoho kusu

### 6.5 Gravírování

Touto technikou jsem si nechala vylejzrovat dřevěné bedýnky. Je to technika gravírování. *Zaručuje rychlý, přesný a trvalý výsledek. Jedná se o metodu bez rizika poškození upravovaného předmětu. Gravírovat přitom lze nejrůznější materiály od kovu po sklo. Teplem se buď mění barva materiálu (dřevo, plasty) nebo dochází k jeho odpařování (kov, sklo, guma).*<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Plotr vyřezávací [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Plotter>

<sup>8</sup> Gravírování [online]. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.razitkakral.cz/gravirovani-laserem-2/>

## 7 POPIS DÍLA

Vytvořila jsem jednotný vizuální styl pro farmářský obchod, který nabízí lokální farmářské produkty. Realizovala jsem 10 produktů a vytvořila logo pro farmářský obchod. Celá firemní filozofie je založena na ekologičnosti, ekonomičnosti a estetických věcech. Jednou z předností obchodu je, možnost koupení malého občerstvení vyráběného z lokálních surovin, které firma nabízí.

Obaly produktů jsou vyrobeny z recyklovatelných materiálů, a jsou laděny do přírodních barev. Ve vizuálu obchodu se objevují sjednocující prvky, jako je linka, oválný štítek vycházející z loga a plošné obrázkové piktogramy. Vznikly produkty, které budou ne jen plnit svoji funkci, ale zároveň budou i lákat svým vzhledem, neboť obal je věc, která produkt prodává a tímto jsem se i ve své práci řídila.

## **8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR**

Tato práce mně přinesla mnoho cenných zkušeností a byla velice přínosná. Doposud jsem dělala vizuální styl pouze třikrát, a to ještě ne v takovém rozsahu, jako je má bakalářská práce. Obohatila mě především po stránce zkušeností a znalostí, jako je vytvoření vizuálního stylu firmy.

Další a velmi cennou zkušeností je technická stránka mé práce. Doposud všechny vizuální styly, na kterých jsem pracovala, byly vytvořeny v grafických editorech. Jejich realizace však uskutečněna nebyla. Až díky mé bakalářské práci jsem měla možnost ne jen vytvořit vizuální styl pro danou firmu, ale také všechny vytvořené produkty realizovat. Touto prací jsem se posunula ve svých zkušenostech ne jen po grafické stránce, ale také po stránce technické. Přinutilo mě to dělat věci ne jen na pohled estetické, ale také funkční a výrobitelné. Tyto technické zkušenosti obohatily ne jenom mě, ale mohou také obohatit další studenty atelieru.

## 9 SILNÉ STRÁNKY

Za silnou stránku své bakalářské práce považuji vymyšlení obchodu, který se mezi plzeňskými obchody ještě neobjevil. Vymyslela jsem obchod, kde si lidé budou nejen moci koupit farmářské produkty, ale samotný obchod bude nabízet i malé občerstvení na cestu. V Plzni už pár obchodů s farmářskými produkty funguje. Žádný z nich ale nenabízí možnost si odnést s sebou už připravenou svačinu, či nějaký nápoj, který je vyroben přímo v obchodě a využívá tak lokálních zdrojů.

Další z věcí, kterou trůfám si říci, považuji za povedenou je logo firmy a její vizuální styl. Mou myšlenkou bylo vytvořit jednoduchý vizuální styl, který bude funkční, ekonomicky pro malou firmu přijatelný a ekologický, co se týká obalového materiálu. Můj cíl jsem myslím splnila a vytvořila tak funkční, zároveň esteticky pěkný vizuální styl, který bude nejen plnit svoji funkci, ale bude i lákat lidi si daný produkt koupit.

## 10 SLABÉ STRÁNKY

Za slabou stránku své bakalářské práce považuji fakt, že má firma není reálná. Je to jen vymyšlený koncept, a tudíž nebudu mít šanci zjistit, jakou by měla má práce odezvu. Je snadnější vymýšlet a tvořit nereálnou věc než reálnou. Kdybych na dané věci spolupracovala s nějakou již zaběhlou firmou např. dělala redesign loga nebo bych pro ni vymýšlela celý nový vizuální styl, neslo by to s sebou pravděpodobně spousty kompromisů. V určitých tvůrčích nápadech bych byla nejspíš i omezována. Právě tomu jsem chtěla předejít, proto jsem si volila vytvoření konceptu firmy, kterou jsem si sama vymyslela. Nelituji tohoto konceptuálního výběru ale spolupráce s reálnou firmou by mě asi více obohatila a posunula dále.



## **11 Seznam použitých zdrojů**

### **11.1 Knižní a periodická literatura**

HOLLIS, Richard. Stručná historie grafického designu. Praha: Rubato, 2014. ISBN 978-80-87705-27-8.

WIGAN, Mark. Umění ilustrace: vizuální myšlení. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2970-8.

POULIN, Richard. Jazyk grafického designu. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers, 2011. ISBN 978-80-7391-552-0.

AIREY, David. Logo Nápad, návrh, realizace. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3151-0.

SAMARA, Timothy. Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-739- 1030-3.

## 11.2 Internetové zdroje

Font Cervo [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z:  
<https://www.myfonts.com/fonts/blazej-ostoja-lniski/cervo/>

Gravírování [online]. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z:  
<http://www.razitkakral.cz/gravirovani-laserem-2/>

Manufaktura [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://manufaktura.cz>

Plotr vyřezávací [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z:  
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Plotter>

Pinterest [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

Behance [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: [www.behance.com](http://www.behance.com)

## 12 Resumé (EN)

I have made singulary visual product style for farmer's shop, which offers local farmer's products. I've realized 10 products and made logo for farmer's shop. All of the company's philosophy is based on ecologycly and economicly beneficial and esteticly good looking things. One of the advantages of the farmer's shop is the possibility of buying small snacks made of local raw materials which offers the company.

Packagings of the products are made of recycled materials and harmonized with nature colours. In the visual of the shop we may see some unifying elements like line, oval label proceeding from logo and plane pictograms of images. There have been made products that will not only fulfill their function, but at the same time they will atract buyers with their looking because the packaging is thing that sells the product and with this I have been guiding myself during work on this project.

## **13 Seznam příloh**

### **Příloha 1**

Příklady log firem působících v Plzni

### **Příloha 2**

Inspirační rešerše

### **Příloha 3**

Analogové skici

### **Příloha 4**

Typografické verze loga- Kaligrafická, digitální

### **Příloha 5**

Varianty loga v průběhu vývoje

### **Příloha 6**

Varianty finálního logotypu

### **Příloha 7**

Papírová taška

### **Příloha 8**

Bavlněná taška

### **Příloha 9**

Obal na vajíčka

### **Příloha 10**

Pytlík na pečivo

### **Příloha 11**

Čajové pytlíky

### **Příloha 12**

Samolepky

### **Příloha 13**

Papírový pásek na svačinový box

**Příloha 14**

Cenovky

**Příloha 15**

Visačka na láhev mléka

**Příloha 16**

Papír na sýr a uzeniny

**Příloha 17**

Etiketa na domácí ovocné limonády

**Příloha 18**

Merkantilní tiskoviny

## Příloha 1

Příklady log firem působících v Plzni<sup>9</sup>



nas  
grunt



---

<sup>9</sup> Grunt [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://www.nasgrunt.cz/1-uvod.html>

Farmářský obchod [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://www.farmarsky-obchod.cz>

Bio planeta [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: <http://www.bioplaneta.org>

## Příloha 2

Inspirační rešerše<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Pinterest [online]. [cit. 2016-04-24]. Dostupné z: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

### Příloha 3

Analogové skici<sup>11</sup>



Špajz  
Jako kdysi nazývá



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špajz



Špa  
jz

---

<sup>11</sup> Vlastní zdroj



## Příloha 4

Typografické verze loga- Kaligrafická, digitální<sup>12</sup>



ŠPAJZ



ŠPAJZ



ŠPAJZ  
farmářský obchod

<sup>12</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 5

Varianty loga v průběhu vývoje<sup>13</sup>



<sup>13</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 6

Varianty finálního logotypu<sup>14</sup>



Finální  
verze

<sup>14</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 7

### Papírová taška<sup>15</sup>



---

<sup>15</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 8

Bavlněná taška<sup>16</sup>

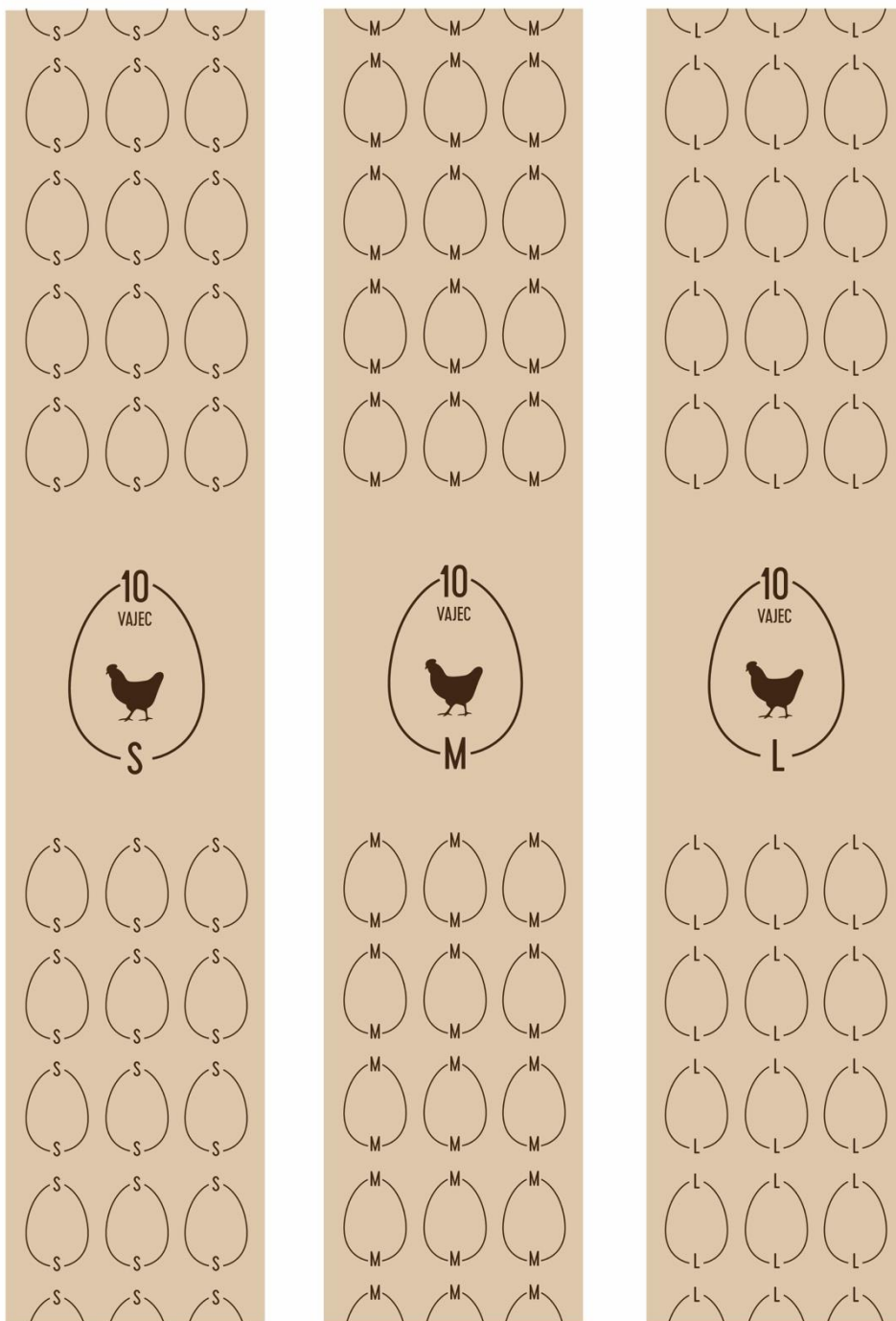


---

<sup>16</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 9

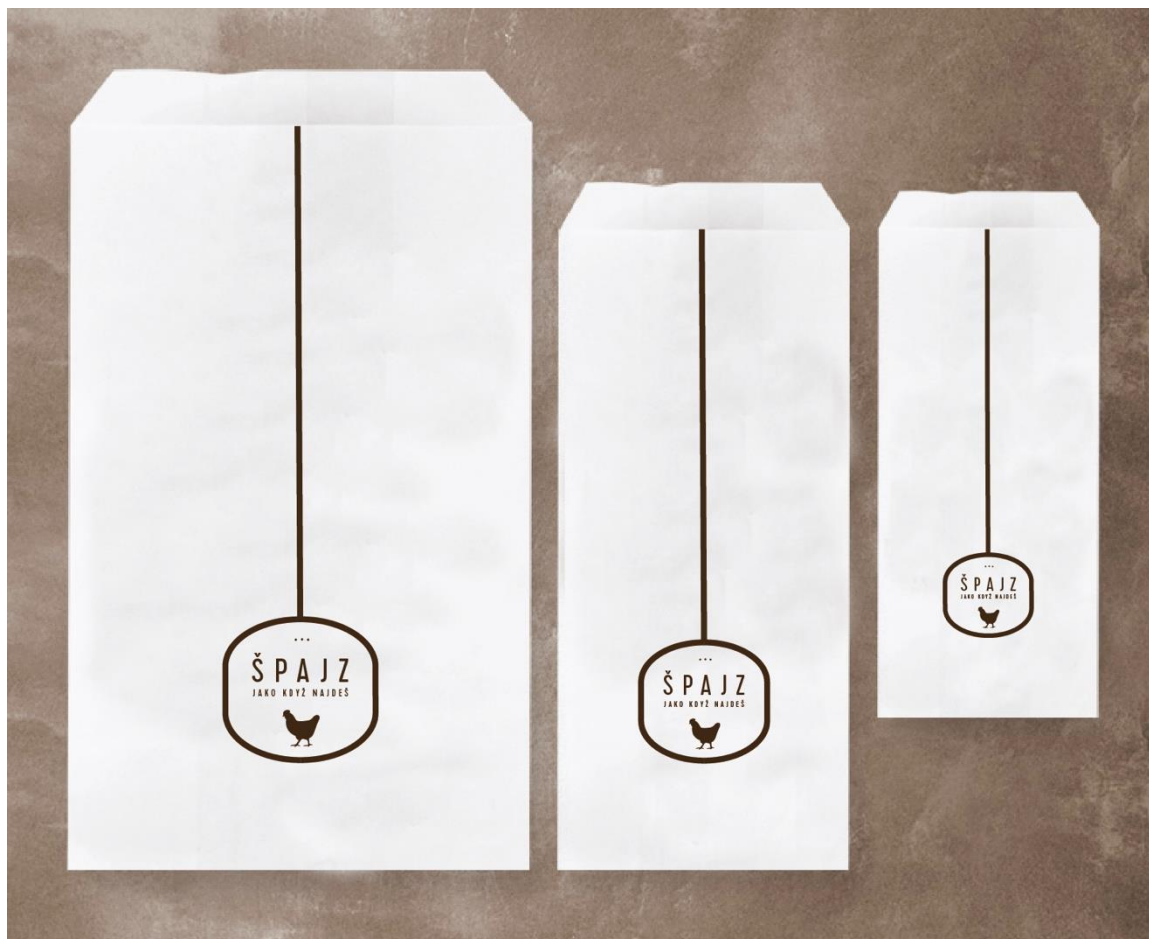
### Obal na vajíčka<sup>17</sup>



<sup>17</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 10

Pytlík na pečivo<sup>18</sup>



---

<sup>18</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 11

### Čajové pytlíky<sup>19</sup>



---

<sup>19</sup> Vlastní zdroj



## Příloha 12

### Samolepky<sup>20</sup>



<sup>20</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 13

Papírový pásek na svačtinový box<sup>21</sup>



---

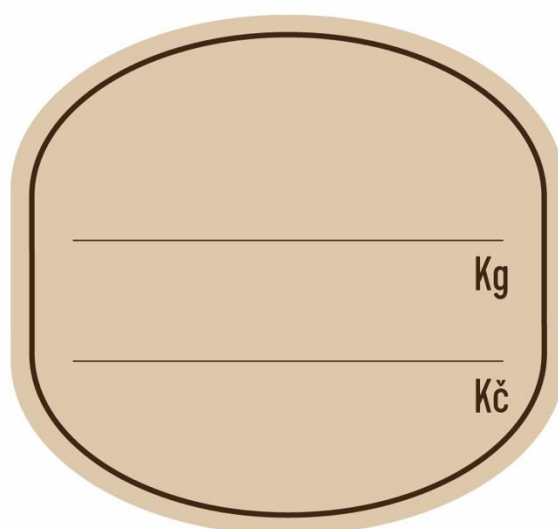
<sup>21</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 14

Cenovky<sup>22</sup>



A rectangular price tag template with a light beige background and a dark brown border. A horizontal line is drawn across the top. Below the line, the text "Kč/ Kg" is centered on the left, and "Kč" is centered on the right.



An oval price tag template with a light beige background and a dark brown border. Two horizontal lines are drawn across the middle. To the right of the top line is the text "Kg", and to the right of the bottom line is the text "Kč".

---

<sup>22</sup> vlastní zdroj

## Příloha 15

Visačka na láhev mléka<sup>23</sup>



---

<sup>23</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 16

Papír na sýr a uzeniny<sup>24</sup>

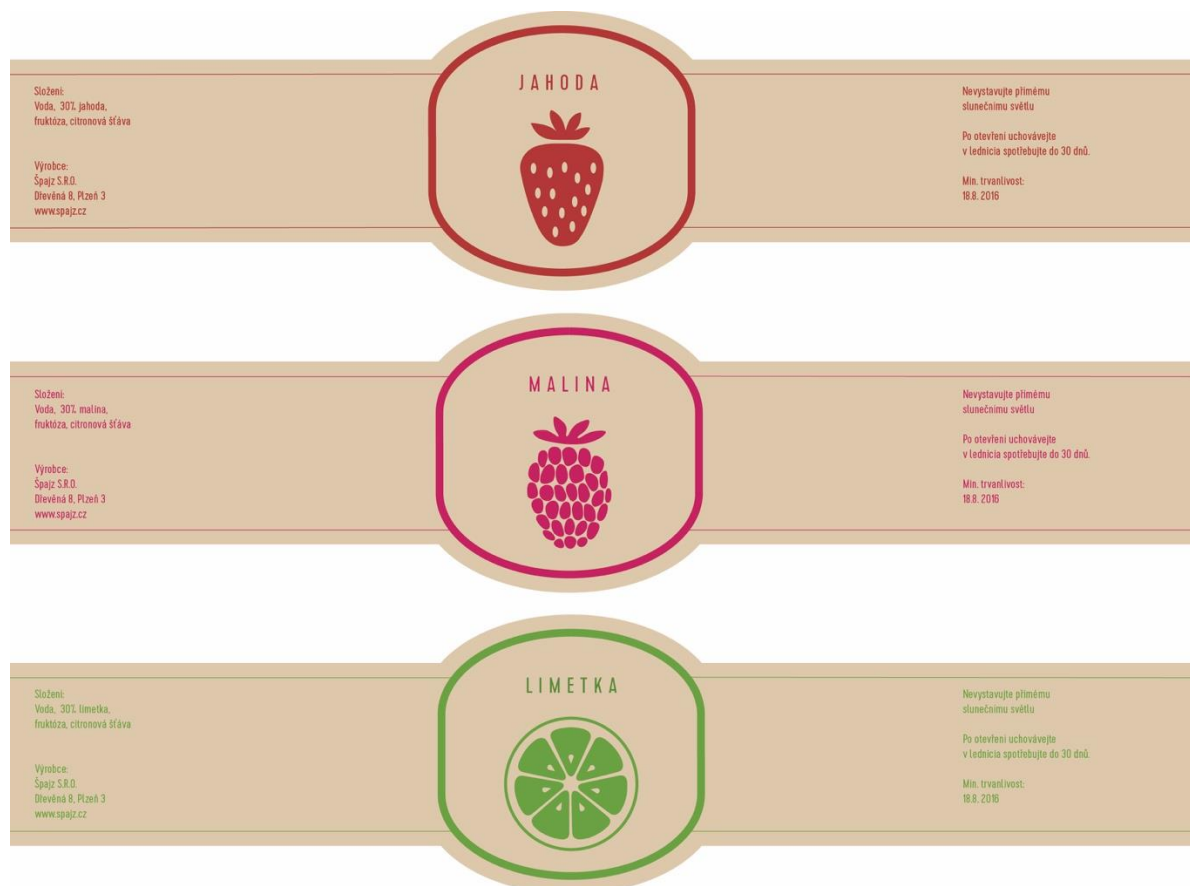


---

<sup>24</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 17

### Etiketa na domácí ovocné limonády<sup>25</sup>



<sup>25</sup> Vlastní zdroj

## Příloha 18

### Merkantilní tiskoviny<sup>26</sup>



<sup>26</sup> Vlastní tvorba

## **Příloha 19**

CD-ROM. Textová i umělecká část BP<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Příloha textové části BP