

**Západočeská univerzita v Plzni  
Ústav umění a designu**

# **Bakalářská práce**

Plzeň 2013

Kateřina Kolovratová

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Ústav umění a designu**

**Bakalářská práce**  
**Návrh značky**

Kateřina Kolovratová

Plzeň 2013

# **Západočeská univerzita v Plzni**

## **Ústav umění a designu**

**Oddělení výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění

Obor a specializace: Ilustrace a grafika - Grafický design

## **Bakalářská práce**

# **Návrh značky**

Kateřina Kolovratová

Vedoucí práce: Doc. akad. mal. František Steker  
Oddělení výtvarného umění  
Ústav umění a designu  
Západočeská univerzita v Plzni

Plzeň 2013

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

Plzeň, duben 2013

.....  
podpis autora

# Obsah

<b>1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Téma a důvod jeho volby .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Cíl práce .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Proces přípravy .....</b>	<b>5</b>
4. 1. Příprava materiálu .....	5
4. 2. Shromáždění informací .....	6
<b>5. Proces tvorby .....</b>	<b>7</b>
5. 1. Logotyp .....	7
5. 2. Hlavní motiv .....	8
<b>6. Technická specifika .....</b>	<b>10</b>
6. 1. Typografie .....	10
6. 2. Obalový materiál .....	11
<b>7. Popis díla .....</b>	<b>12</b>
7. 1. Logo .....	12
7. 2. Tiskoviny .....	12
7. 2. 1. Vizitky .....	12
7. 2. 2. Dopisní papír a obálka .....	13
7. 2. 4. Plakát .....	13
7. 3. Vývěsní štít .....	14
7. 4. Krabice, balící papír, dárkové tašky .....	14
7. 5. Stojan .....	15
7. 6. Ubrousky .....	15
7. 7. Samolepky .....	16
<b>8. Přínos pro daný obor .....</b>	<b>17</b>
<b>9. Silné stránky .....</b>	<b>18</b>
<b>10. Slabé stránky .....</b>	<b>19</b>
<b>11. Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>20</b>
11. 1. Knižní a periodická literatura .....	20
11. 2. Internetové zdroje .....	20
<b>12. Resumé .....</b>	<b>21</b>
<b>13. Seznam příloh .....</b>	<b>23</b>
13. 1. Skici a rešerše .....	23
13. 2. Vlastní bakalářská práce .....	24
<b>14. Obrazová část .....</b>	<b>25</b>
14. 1. Skici a rešerše .....	30
14. 2. Vlastní bakalářská práce .....	30

## 1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Moje tvorba v kontextu s grafickým designem vznikala doposud především v prostředí Střední průmyslové školy keramické a v Ústavu umění a designu v Plzni. Ráda však zkouším i mimoškolní projekty a účast v různých soutěžích. Školní cvičení, pod vedením pedagogů, kterými jsem si během studia prošla, mi přinesla mnoho důležitých poznatků a jsou pro mě velkým přínosem. Na Ústavu umění a designu jsem se naučila více nejen o grafickém designu, ale také o typografii, fotografii a historii oboru. Tyto zkušenosti mě v mé tvorbě posunuly o kus dál.

V grafickém designu upřednostňuji jednoduchý a čistý styl, který je mi velmi blízký. Ráda tvořím vektorovou grafiku, protože mě baví zkoumat podobu tvarů a zjednodušovat jejich formu. Zkusila jsem si různá odvětví grafického provedení jako je například tvorba loga, plakátů, vizuálního stylu, typografie, obalového designu a jiných propagačních tiskovin.

Velkou inspirací je pro mě řada světoznámých i českých odborníků v oblasti grafického designu jako např. Aleš Najbrt, Milton Glaser nebo Bryan Edmondson. Jejich tvorbu jsem mohla shlédnout na mnoha výstavách u nás i v zahraničí a ovlivnila způsob mého myšlení při procesu práce.

## 2. Téma a důvod jeho volby

*„Značka je termín z oblasti obchodu a marketingu označující značku konkrétních výrobků nebo činností.“<sup>1</sup> Většina značek má vlastní logo a s ním spojený jednotný vizuální styl. „Logo (z řeckého logos = slovo, řeč, zákon, pojem...) je označení organizace, společnosti, firmy nebo instituce ve speciálním grafickém provedení.“<sup>2</sup> Logo je z hlediska grafického designu základním stavebním prvkem, kterým se firma prezentuje. Je uváděno na produktech této firmy, pomáhá tak identifikaci a tvoří povědomí o značce. Mělo by být výstižné, jednoduše zapamatovatelné a rozeznatelné, dobře reprodukovatelné.*

Pro svou bakalářskou práci jsem si vybrala téma návrh značky kapkejks. Zaměřila jsem se na jeden konkrétní druh cukrovinky zvaný cupcakes, který je velmi populární nejen v zahraničí, ale i u nás. Jedná se o malé dortíky zdobené krémovou polevou v různých velikostech košíčků. Cupcakes jsem začala péct zhruba před rokem se svojí maminkou v domácím prostředí pouze pro rodinu a přátele. Na jejich popud jsme nedávno zkusili výrobky nabízet v širším kruhu pro menší společenské akce v místě našeho bydliště.

Pečení je mou velkou zálibou a přestože je naše malá rodinná firma teprve v začátcích rozhodla jsem se navrhnout značku a jednotný vizuální styl. Chtěla jsem zde také uplatnit své zkušenosti a vědomosti ze svého oboru.

Dobře zpracovaný vizuální styl nám pomáhá lépe komunikovat a vypovídá o jisté kvalitě nejen firmy ale především jejích výrobků. Díky tomu se budeme v takovém prostředí cítit příjemně. Myslím si, že je zde důležité, aby i vizuální stránka tiskovin umocnila zákaznickou chuť na výrobek. První dojem je vždy důležitý. Novinkou pro mě byla také práce s novými materiály a řešení funkčnosti jednotlivých obalů po technické stránce. Také barvy zde hrají velice důležitou roli a pečlivě jsem zvažila jejich výběr.

Když jsem na začátku přemýšlela nad volbou tématu, rozmýšlela jsem se. Nejdříve jsem si chtěla vybrat obalový design, ale vzhledem k tomu, že je většina výrobků přehlcena informacemi o složení a výrobě, jsem od nápadu opustila. Také řešení technických parametrů a funkčnosti není snadné. Zvítězila tedy má vášeň pro pečeni v podobě návrhu značky a vizuálního stylu.

---

<sup>1</sup> WIKIPEDIA: Značka (21. 4. 2013)

Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Znacka>>

<sup>2</sup> WIKIPEDIA: Logo (21. 4. 2013)

Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Logo>>



### 3. Cíl práce

Hlavním cílem mé práce je vytvořit funkční vizuální identitu a značku firmy Kapkejks. Na první pohled by mělo být jasné, o jaké zaměření firmy se jedná. Snažila jsem se vystihnout přesnou škálu barevnosti tak, aby nepůsobila příliš překombinovaně. Vizuální styl by měl přilákat zákazníky ke koupi dortíků svým originálním a hravým pojetím. Chuti a suroviny dortíků jsou velmi pestré.

Cílem je tedy navrhnout variabilní logotyp i celý vizuální styl. Vzhledem k tomu, že se jedná o zdobné polevy v podobě vektorů, chtěla jsem se vyhnout příliš zdobnému a výraznému písmu. Neopomenula jsem ani obalový materiál, který by měl být funkční a je důležitou součástí. Chtěla jsem ukázat, že přestože se jedná o malou firmu nedaleko Karlových Varů, může se svou jedinečnou podobou a kvalitou surovin dostat na profesionální úroveň.

## 4. Proces přípravy

### 4. 1. Příprava materiálu

Během procesu přípravy jsem začala tou nejpříjemnější částí. Připravovala jsem se především konzumací dortíků s různými příchutěmi. Neopomenula jsem ani proces samotné přípravy a výroby, při kterém bych mohla získat nějakou inspiraci. Část, kterou mám na jejich výrobě nejradši, je zdobení a fantazii se meze nekladou. Tvary a zdobení jednotlivých polev se mi zalíbily natolik, že jsem se rozhodla pracovat s nimi i nadále. Nafotila jsem si tedy nejrůznější podoby a tvary polev. Zaměřila jsem se hlavně na fotografie polev z pohledu shora, který se mi zdál nejzajímavější. Nadchla jsem se pro tvary struktur tak, že jsem si vytvořila samotný krém v několika barevných provedeních. Krém jsem pak naplnila do cukrářského pytlíku a vytvořila jsem vzorky na plech do menších kostiček, následně jsem nafotila jednotlivé detaily. Byly to nejen detaily, ale různé úhly pohledů nebo výřezy.

Uspořádala jsem také menší anketu o výběru barev. Zajímalo mě, co si lidé vybaví ve spojení s cukrovinkou. Jak si spojují chutě a barvy dohromady. Jaké barvy upřednostňují děti, dospělí a starší lidé. Při mém průzkumu jsem se také ptala lidí, jestli znají cupcakes. Většina potvrdila, že ano, ale často si je pletli s muffiny a neznali rozdíl.

Muffin, je obyčejná buchta. Je to pouze upečené těsto s příchutí.

Název cupcakes vznikl z anglického slova cup - hrnek, ve kterém se tyhle malé dortíky dříve pekly, důležitá je zdobná krémová poleva.

Poleva je často zdobena čokoládou, ovocem nebo cukrářskými ozdobami. Někomu se tento rozdíl může zdát naprosto nepodstatný, ale mě to jen utvrdilo v tom, že se ve své práci zaměřím hlavně na polevy, které mají mimo jiné velký výtvarný potenciál.

#### *4. 2. Shromáždění informací*

Domluvila jsem si schůzku se svou kamarádkou, díky které jsem se o cupcakes před rokem dozvěděla. Navštívila San Francissco v USA, kde jsou cupcakes velice populární. Lidé si je nejčastěji nechávají zabalit s sebou, nebo si je vychutnají přímo na místě s kávou. Někteří si je objednávají na oslavu narozenin nebo jiné příležitosti. Cukráren zaměřených na tento druh tu najdeme nepřeborné množství.

Pátrala jsem také po historii vzniku a dozvěděla jsem se pár užitečných informací. Cupcake (jednotné číslo, doslova znamená hrníčkový dort) je jeho označení v americké angličtině. V britské angličtině se mu říká fairy cake (doslova znamená vílí dort). První zmínka pochází z roku 1796 od Amelie Simms v její kuchařce "Americké kuchařství". Tenhle malý dortík se nazývá cupcake, protože se dřív pekl v hrnku nebo formičce podobného tvaru. Cupcake byl dort standardní velikosti, jehož ingredience se měřily pomocí hrnku - např. 1 hrnek cukru, 2 hrnky mouky atd. Co se týče britského názvu - fairy cake, je to obrazný popis jeho velikosti, která by byla vhodná na večírek maličkých víl.

Nakonec jsem si obstarala propagační tiskoviny s tímto zaměřením a také knihy a kuchařky, které by mi mohly posloužit při navrhování.

## 5. Proces tvorby

### 5. 1. Logotyp

Při tvorbě logotypu jsem se soustředila hlavně na tvary plev jak už jsem se již zmínila v předchozí kapitole. Původně jsem chtěla použít pouze upravené fotografie ve spojení s písmem, což jsem rychle zavrhlá. Rozhodla jsem se je převést do vektorů. Plevy na fotografiích z horního pohledu vypadaly příliš zdobně a složitě, proto jsem mnohé z nich zjednodušila a poupravila. Vytvořila jsem pět základních tvarů plev v obrysech ve stejné velikosti.

Dlouhou dobu jsem přemýšlela nad názvem firmy a chtěla jsem použít slovní hříčku se slovem cupcakes. Zamýšlela jsem spojit své jméno s názvem a vzniklo by tak Cupkates. Později jsem však přehodnotila svou myšlenku. Z názvu totiž není jasné, o co se vlastně jedná a ne každý umí správně přečíst anglický název. Rozhodla jsem se tedy zachovat originální název cupcakes a počestit ho na kapkejks tak, aby nikdo neměl problém s vyslovením. Zároveň jsem tak zachovala pravý název výrobku, který nelze příliš snadno a správně přeložit do našeho jazyka. Zvolila jsem písmo jednoduché a dobře čitelné. Přesto jsem si zkusila i ručně psané písmo, které mě k dortíkům přímo vybízelo, ale sama jsem viděla že touto cestou to nefunguje.

Logotyp jsem pak obohatila o tvary v obrysech, které jsem uspořádala do jedné řady s velkým prostrkáním stejně tak jako typografii. Zjistila jsem, že dva stejné principy působí příliš sterilně a tak jsem se pustila do větší dynamičnosti a variability.

Logo se dá použít jako samostatný text nebo ho lze doplnit o měnící se tvary, velikosti a barvy tvarů polev. Podařilo se mi docílit toho, že logo je stejně tak variabilní jako samotný produkt.

## *5. 2. Hlavní motiv*

Na začátku jsem si myslela, že pět základních tvarů polev z horního pohledu bude hlavním motivem celé práce a všech tiskovin, ale v tom jsem se zmýlila. Spousta lidí, kterým jsem svůj návrh ukázala, mě upozornila na to, že ten, kdo nezná cupcakes, nepochopí z motivu o co se vlastně jedná. Proto jsem musela najít jiný způsob řešení.

Vektorových tvarů polev jsem se rozhodně nechtěla vzdát a tak nezbývalo nic jiného, než je doplnit doprovodným prvkem. Zaměřila jsem se na suroviny, ze kterých se produkty vyrábějí a zachytila jsem je pomocí kresby. Kresbu jsem zkusila snad všemi technikami jako např. vodovkami, temperami, tužkou, tuší a přesto mi tu pořád něco chybělo. Strávila jsem nad touto variantou spoustu času a došla jsem k závěru, že kombinace vektorové grafiky a ruční kresby se k sobě v tomto případě nehodí.

Myšlenku chuti jsem zachovala i v dalším procesu tvorby. Tentokrát jsem se snažila barvou zachytit mísení nejrůznějších chutí. Výsledek sice vypadal z estetického hlediska velmi působivě, ale také příliš moc abstraktně. Hledala jsem něco konkrétního. Vzpomněla jsem si na obrazový materiál, který jsem si pořídila na samém začátku a neváhala ho zkusit použít.

Fotografie však potřebovaly lepší nasvícení a kvalitu. Zkrátka nebyly podle mých představ. Vzhledem k tomu, že nejsem profesionální fotograf a focení v ateliéru jednotlivých druhů cupcakes by zabralo mnoho času a úsilí, jsem tento návrh také zavrhla. Díky tomuto pokusu jsem si však uvědomila jednu věc. Boční pohled dortíku na fotografii vypadal velmi názorně a konkrétně a to bylo přesně to, co jsem hledala.

Ihned jsem se pustila do vektorizace fotografie, abych viděla, jak se bude boční pohled doplňovat s horním. S výsledkem jsem byla spokojená a tak jsem pokračovala dále. Vytvořila jsem pět bočních pohledů se stejnými tvary polev jaké již byly použity v logotypu. Tvary dortíku jsem musela hodně zjednodušit a přizpůsobit požadovanému výsledku. Zabývala jsem se i tloušťkou tahu vektorových obrázků a zvolila jsem opticky nejvhodnější řešení. V celém vizuální stylu se tvary hezky doplňují díky tomu, že jsou tvořeny pouze jednou technikou a nejsou příliš překombinované.

## 6. Technická specifiká

### 6. 1. Typografie

*„Typografie je způsob, jakým se napsané myšlenky propůjčuje vizuální forma. Je jedním z nejvýznamnějších prvků, které tvoří charakter a emoční vlastnosti designu.“<sup>3</sup>* Vzhledem k tomu, že tvary polev jsou samy o sobě zdobné a výrazné, chtěla jsem zvolit kontrastní typografii. Jako font jsem se rozhodla použít Helveticu navrženou v roce 1957 švýcarskými designéry Maxem Miedingerem a Eduardem Hoffmannem.

Samotnou typografii u loga jsem pak upravila velkým prostrkáním mezi písmeny, které má evokovat jednotlivé zákusky naskládané vedle sebe. *„Prostrkání se vztahuje k prostoru mezi písmeny a upravením této mezery mohou působit jako součásti slov nebo jako samostatné objekty.“<sup>4</sup>* Písmová rodina obsahuje řadu různých řezů, které nám napomáhají zvýrazňovat důležité úseky a liší se tloušťkou, šířkou nebo nakloněním. Rodiny jsou užitečný designérský nástroj, protože grafikům poskytují písmové varianty, které spolu navzájem dobře korespondují. Rozhodla jsem se použít základní tenký řez a pouze důležité nadpisy a informace jsem odlišila silnějším řezem s nakloněnou verzí. U většiny tiskovin jsem použila velikost 8 - 10 b s větším prokladem mezi řádky.

---

<sup>3</sup> AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Grafický design: Typografie*. Brno: Computer press a. s., 2010. 175 s. ISBN 978-80-251-2967-8

<sup>4</sup> AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Grafický design: Typografie*. Brno: Computer press a. s., 2010. 175 s. ISBN 978-80-251-2967-8

## 6. 2. Obalový materiál

Obal by měl především chránit výrobek a plnit svou funkci. Zákazníka zaujme barva, materiál obalu, grafické či tvarové řešení, výrobek v něm vyvolá určité emoce, a tím si začne uvědomovat vztah mezi obalem a zbožím. Manipulace s ním musí být rychlá a snadná.

Přemýšlela jsem nad tím, jak vytvořit funkční obal dělaný na míru. Vycházela jsem ze základního tvaru krabice a na dno jsem navrhla vyvýšený kus kartonu s otvory pro jednotlivé dortíky. Počítala jsem samozřejmě s tím, že se kusy výrobků musí dát snadno vyndat a zůstat na svém místě při přenosu či převozu.

U víka jsem se potýkala s výběrem materiálu, který bude vhodný a zároveň ne moc nákladný. Vybrala jsem klasickou průhlednou folii (150 g/m), která se jednoduše složí a nasune přes papírovou krabici (300 g/m). Výrobek je tak nejen chráněný, ale zároveň je vidět skrze dovnitř.

Samotná krabička ve třech velikostních provedeních je víceúčelová. Krabička bez víka může sloužit k uchování a vystavování produktů a v případě, že si někdo bude chtít produkt zakoupit a odnést domů, pouze se doplní o průhlednou ochrannou folii. Většina tiskovin by byla tištěna malonákladovým digitálním tiskem na ofsetový papír, který je jeden z nejlevnějších.



## 7. Popis díla

### 7. 1. Logo

Logo je navrhováno tak, aby bylo co nejvíce variabilní. Variabilita koresponduje s pestrostí příchutí a surovin cupcakes, jak už bylo zmiňováno v předchozích kapitolách. Logo tvoří dvě části a to typografie s názvem značky a vektorové tvary polev, které se obměňují nejen svým tvarem, ale také velikostí.

Barevnou škálu jsem volila podle surovin, ze kterých se cupcakes vyrábí, zohlednila jsem také již zmiňovanou anketu. Barvy jsou laděny do příjemných odstínů růžové, žluté, hnědé a fialové.

Logo se dá použít pouze typograficky bez zmiňovaného dekoru tvarů polev. Působí tak na určitých tiskovinách velmi decentně a je čitelné i v malé velikosti. Variabilitnost mohu poukázat i na dortových krabicích a taškách, kde je logo použito jako typografie ve spojení s dekorovanou samolepkou.

### 7. 2. Tiskoviny

#### 7. 2. 1. Vizitky

Vizitky obvykle obsahují logo a kontaktní údaje dané firmy nebo společnosti. Hlavním úkolem je přehledná a rychlá orientace. Z tohoto důvodu jsem přední stranu upořádala klasicky a přehledně. Tvoří ji logo v levém horním rohu a důležité kontaktní informace v dolním pravém rohu.

Zadní strana je doplněna dekorem vektorových dortíků v různých barvách a tvarových variacích. Vizitka je důležitou součástí firmy a může jejím prostřednictvím nabízet svůj sortiment do lázeňských hotelů, restaurací a kaváren.

### *7. 2. 2. Dopisní papír a obálka*

Obálka je řešena poněkud netradičně, co se týče barevnosti. Je celoplošně barevná bez klasického průhledného okénka. Na přední straně se objevuje pouze typografické logo a adresa. Trojúhelníkový cíp na zadní straně je přelepen samolepkou s dekorem, která dotváří logo. Dopisní papír je velmi přehledný a splňuje tak svoji funkci. Vzhledem k malému nákladu jsem brala v potaz možnost tisku na domácí inkoustové tiskárně podle potřeby.

### *7. 2. 3. Menu a leták*

Při výběru formátu jsem myslela na snadnou manipulaci a šikovnou velikost do ruky, zvolila jsem zmenšený formát DL 210 x 94 mm. Menu je pojato zábavnou formou. Jednu stranu tvoří výběr jednotlivých cupcakes s různými příchutěmi v podobě vektorových obrázků. Pokud stranu otočíme, dozvíme se ze stejného uspořádání složení a cenu výrobku. Jestliže někomu výběr podle obrázku a moment otočení přijde příliš komplikovaný, vystačí si s vtipným pojmenováním každého dortíku.

Vtipné názvy jsou vždy tvořeny propojením dvou surovin, ze kterých je cupcake zhotoven. Vzhledem k barevným podkladovým plochám je u typografie kladen důraz hlavně na jednoduchost a dobrou čitelnost. Leták má také zúžený formát o velikosti 210 x 70 mm. Dělí se na informativní část s podkladovou elegantní našedlou barvou, která může asociovat bílou kávu a na část dekorativní, s obměňujícím se dekorem vektorů. Jejich klasické uspořádání nám může zase asociovat cupcakes na plechu při procesu pečení.

#### *7. 2. 4. Plakát*

Plakát by měl upoutat na první pohled v co nejkratším časovém úseku. Proto jsem volila výrazný středový bod, kterým je reálná fotografie cupcaku. V levém horním rohu je umístěna značka a v dolním rohu potřebné informace. Podklad je barevný a doplněn o fotografii a vektorové tvary polev.

#### *7. 3. Vývěsní štít*

Vzhledem k tomu, že se jedná o rodinný dům v malé vesničce, zvolila jsem jako formu označení vývěsní štít. Slouží k označení firmy pro kolemjdoucí nebo sousedy. Uprostřed je umístěno výrazné logo kapkejks s variabilním dekorem tvarů polev na barevném podkladu.

#### *7. 4. Krabice, balící papír, dárkové tašky*

O obalovém materiálu jsem se zmínila už v předchozí kapitole. Krabice jsou tedy ve třech velikostních provedeních a jsou víceúčelové. Slouží nejen k uchování, ale také k vystavování výrobků ve vitríně. Na každé krabici je umístěno logo a kontakt firmy z obou stran. Přes krabici se nasadí průhledná folie a následně samolepka, která dotváří logo podobně jako u obálky.

Pokud chce někdo zabalit krabici jako dárkové balení k narozeninám nebo jiným příležitostem, poslouží mu k tomu balící papír. Dekor balícího papíru je tvořen různými tvary polev a dortíků, ve všech možných barevných kombinacích.

K dárkovému balení samozřejmě patří i dárková taška, pro lepší přenos a vzhled. Vzhledem k velkým nákladům na výrobu malého množství tašek, jsem je vyřešila alternativním způsobem. Na klasickou jednobarevnou taštičku, kterou je možno zakoupit v každém papířictví se nalepí samolepky s logem firmy.

#### *7. 5. Stojan*

K vystavování v prodejně nebo pro různé akce a příležitosti jsem navrhla stojan na cupcakes. Stojan je tříposchodový z papírového kartonu, který snadno unese váhu dortíků. Každé patro je zdobeno barevným podkladem.

## *7. 6. Ubrousky*

Ke každému dortíku nebo ke kávě by měl patřit ubrousek. Vzhledem k tomu, že splňuje hlavně hygienickou funkci, jsem na dekor nekladla příliš velký důraz. Použila jsem klasické jednobarevné ubrousky s použitím typografického loga, umístěného do pravého dolního rohu.

## *7. 7. Samolepky*

Samolepky hrají v mém konceptu poměrně důležitou roli.

U některých tiskovin a produktů dotvářejí svým dekorem logo a je s nimi snadná a rychlá manipulace. Jejich výroba není příliš nákladná i v malém množství.

Samolepky mají svou estetickou hodnotu a působí velmi hravě.

Jejich podklad se objevuje v celé barevné škále firmy s dekorem tvarů plev nebo s typografickým logem. Samolepka může sloužit samostatně jako suvenýr.

## 8. Přínos práce pro daný obor

Snažila jsem se vystihnout výrobek cupcakes ve své originální podobě. Chtěla jsem, aby byl na první pohled rozpoznatelný a zároveň zachovat určitou zdobnost, která je pro něj typická. Spojit tyto prvky dohromady nebylo ze začátku vůbec snadné.

Myslím si, že přínosem pro můj obor je vytvoření vizuálního stylu a značky tohoto druhu cukrovinky, která zatím u nás není příliš známá. V mé blízkosti se nevyskytuje žádná firma se zaměřením na cupcakes a vzhledem k mému koníčku je v mém zájmu ji propagovat prostřednictvím kvalitního designu.

Také název cupcakes, který se dá těžko přeložit do českého jazyka, jsem poupravila tak, aby se lidem vryl do paměti a zároveň zachoval svou historii. Vyřešila jsem zároveň problém se čtením a výslovností. Při navrhování jsem si prošla celým procesem zhotovení výrobku cupcake od těsta až po konečné zdobení, přestože ho dobře znám. Uvědomila jsem si, že je velice důležité seznámit se s daným řemeslem nebo funkcí firmy. Snažila jsem se proniknout do hloubky a vyzdvihnout důležité atributy produktu.

## 9. Silné stránky

Silnou stránkou značky je určitě její variabilnost. Stejně tak, jako se různě kombinují jednotlivé suroviny, ozdoby a druhy plev, se dají kombinovat vektorové obrázky a jejich barevnost. Vektory jsou zjednodušené a tvoří zajímavé struktury. Působí hravě a vystihují podstatu lépe než fotografie. Jsou tvořeny pouze pěti základními tvary plev a nepůsobí tak překombinovaně.

Další silnou stránkou je jednoduchost a přehlednost všech tiskovin, stejně tak jako výběr klasických formátů. Obalový materiál je zaměřený především na funkčnost a je tvořen na míru.

Myslím si, že silnou stránkou je i výběr barev, které působí velice příjemně a jsou často spojovány s cukrářským odvětvím. Jsou to barvy podobných tlumených odstínů a nevznikají mezi nimi příliš velké kontrasty.

## 10. Slabé stránky

Za slabou stránku celkového vizuálního stylu považuji celoplošnou barevnost, která je často používána. Je samozřejmě mnohem nákladnější na výrobu při malém počtu kusů, ale protože si barvu ve spojení s potravinami a chutí spojujeme, nemohla jsem se tomuto problému vyhnout. To je důvodem, proč jsem některé propagační tiskoviny řešila alternativním způsobem (viz. dárkové tašky a obálky). Slabou stránkou jsou také drobné detaily některých vektorů, které jsem musela přizpůsobit estetické stránce a odklonit se od reálné podoby na fotografii.

Myslím si, že spousta chyb se odhalí až při běžném provozu a při používání jednotlivých propagačních tiskovin. Zatím sama nemohu posoudit nedostatky např. ve funkčnosti obalů a jsem zvědavá, jak okolí bude reagovat na podobu nového vizuálního stylu kapkejks.



## 11. Seznam použitých zdrojů

### 11. 1. Knižní a periodická literatura

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Grafický design: Typografie*.  
Brno: Computer press a. s., 2010. 175 s. ISBN 978-80-251-2967-8

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Grafický design: Formát*.  
Brno: Computer press a. s., 2011. 175 s. ISBN 978-80-251-2966-1

HERRIOTT, L. 1000 restaurací, kaváren a barů. Slovart, s. r. o.,  
v Praze, 2007. ISBN 978-80-7209-942-9

HELLER, J. 1000 Obalový design. Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-191-1

### 11.2. Internetové zdroje

1. <http://cs.wikipedia.org>
2. <http://google.com>
3. <http://www.cupcakestyle.co.uk/tulip-muffin-wraps.html>
4. <http://www.sprinkles.com>
5. <http://cupcakesonline.com>
6. <http://www.georgetowncupcake.com>
7. <http://www.swirls.com.sg>
8. <http://www.lolas-kitchen.co.uk>
9. <http://www.ilovewondermilk.com>
10. <http://www.cukrarna-cukrarna.cz>

## 12. Resumé

For my bachelor work I chose design of brand and the visual identity. The name of company is called „Kapkejks.“ Baking is my big hobby, so that’s the main reason, why I chose this topic. I also wanted to apply my experience and knowledge of graphic design at my work.

I started to bake cupcakes one year ago with my mother. At the suggestion of our friends and family, we started to offer this product in our village and it had a success. Kapkejks is such a small family company.

At the beginning I started with the most pleasant part. I was eating cupcakes with many different flavors. I don’t forget for the process of preparation and production of cupcakes, where I could get some inspiration. I really like the shapes and decorating of icing, so I decided to work with them in the future. I focused mainly on taking photographs of icings viewed from above, which seemed to be the most interesting. Later I found out that the cupcakes in the picture are too complicated.

Across many different ways I decided for vector illustrations of cupcakes and icings. It’s the main elements. I had to simplify them and adapt the shape to the form which I need. When I was thinking about the name of the company I had to consider the readability and good pronunciation of cupcakes in Czech language, so I chose the name translated to Czech Kapkejks. As well as a variety of raw cupcakes is variable logotype. You can use it only typographically without vector icings.

Also the colors play an important role and I chose it in connection with food. Typography is simply and clearly.

I designed a range of products - serviettes, menu, business cards, notepaper, envelope, poster, flyer, signboard, boxes for cupcakes, wrapping paper and more. I'm satisfied with the result of my work and I look forward to its implementation and reaction of the people. Kapkejks is one of the few brands offering this kind of product in our region and I hope that my design helps its promotion.

## **13. Seznam příloh**

### *13. 1. Skici a rešerše*

#### **Příloha 1**

Různá zdobení a struktury polev, vlastní foto

#### **Příloha 2**

Skici prvotních návrhů s kresbami surovin, vlastní tvorba

#### **Příloha 3**

Skici prvotních návrhů abstraktní motivy, vlastní tvorba

#### **Příloha 4**

[www.georgetowncupcake.com](http://www.georgetowncupcake.com)

#### **Příloha 5**

Výběr obalového materiálu, který mne zaujal. HELLER, J. 1000 Obalový design

## 13. 2. Vlastní bakalářská práce

### **Příloha 6**

Logo varianty

### **Příloha 7**

Plakát

### **Příloha 8**

Leták z obou stran

### **Příloha 9**

Menu z obou stran

### **Příloha 10**

Vizitky variace z obou stran

### **Příloha 11**

Vývěsní štít

### **Příloha 12**

Obálky / obálky s dopisním papírem

### **Příloha 13**

Krabice různé velikosti / krabice vnitřní pohled

### **Příloha 14**

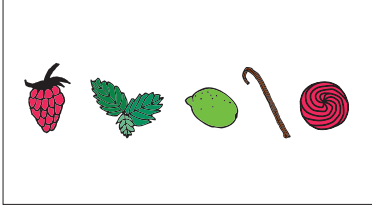
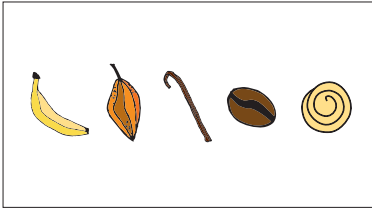
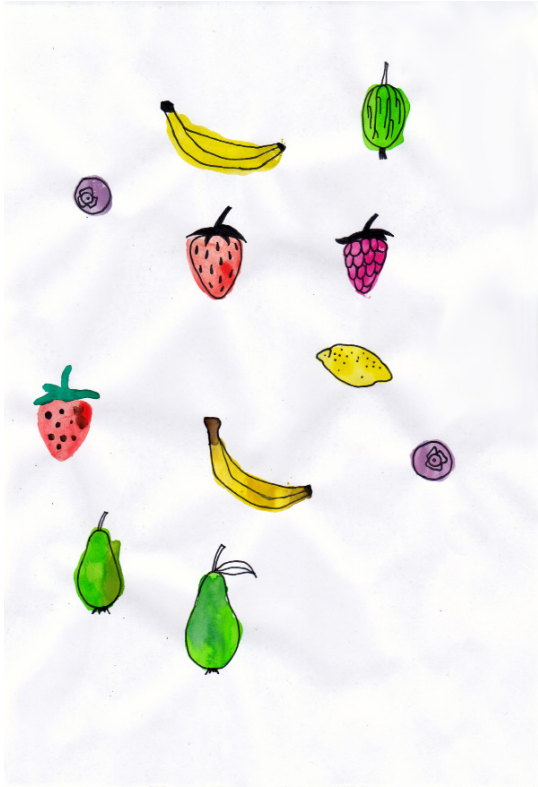
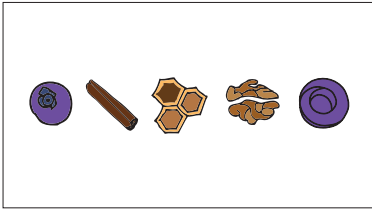
Balící papír na krabičkách / Taška / Stojan na cupcakes

## 14. Obrazová část

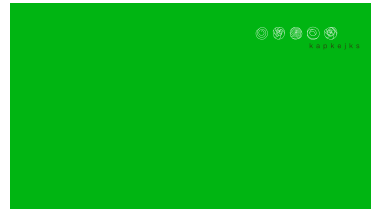
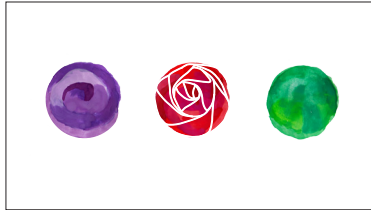
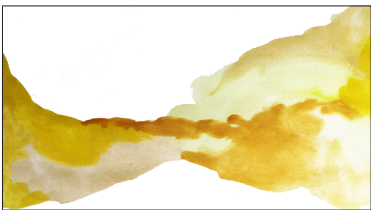
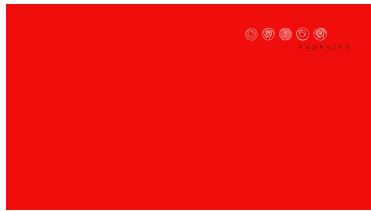
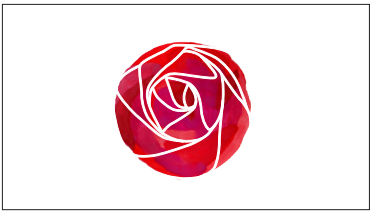
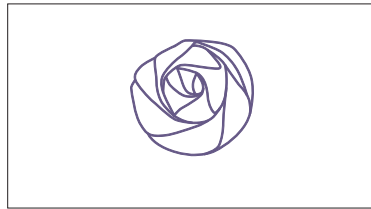
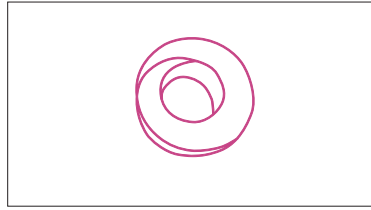
### 14.1. Skici a rešerše



Příloha 1 – Různá zdobení a struktury polev, vlastní foto



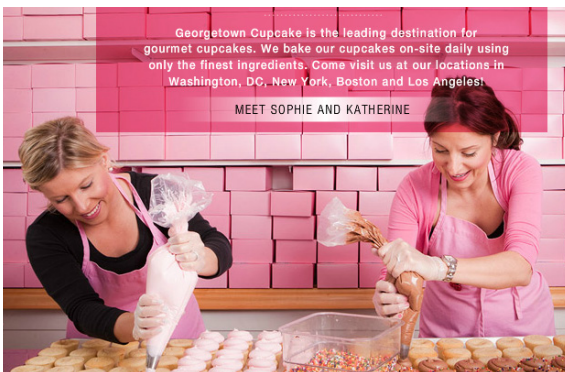
Příloha 2 - Skici prvotních návrhů s kresbami surovin, vlastní tvorba



Příloha 3 - Skici prvotních návrhů abstraktní motivy, vlastní tvorba



GEORGETOWN CUPCAKE





Příloha 5 – Výběr obalového materiálu, který mne zaujal. HELLER, J. 1000 Obalový design.

## 14.2. Vlastní bakalářská práce



Příloha 6 – Logo varianty

kapkejks



*23. 3. 2013 v 16:00 h.*

ochutnávka dortíků kapkejks

v Hájích u Kalrových Varů





**23. 3. 2013 v 16:00 h.**

ochutnávka dortíků kapkejks

v Hájích u Karlových Varů

vstup zdarma



## Menu



### *kávíce*

(káva a skořice)  
těsto z tmavé čokolády  
s kávovou polevou  
cena 21 Kč

### *borilka*

(borůvka a vanilka)  
těsto z tmavé čokolády  
s kávovou polevou  
cena 24 Kč

### *baján*

(banán a jahoda)  
těsto s vanilkou a banánem  
s jahodovou polevou  
cena 23 Kč

### *maličok*

(malina a čokoláda)  
těsto z tmavé čokolády  
s malinovou polevou  
cena 22 Kč

### *čokomel*

(karamel a čokoláda)  
těsto z tmavé čokolády  
s karamelovou polevou a solí  
cena 23 Kč

### *citoláda*

(citron a bílá čokoláda)  
těsto s vanilkou a čokoládou  
s citronovou polevou  
cena 24 Kč

### *vaníz*

(rybíz a vanilka)  
těsto s vanilkou  
s rybízovou polevou  
cena 20 Kč

### *jahilka*

(jahoda a vanilka)  
těsto s vanilkou  
s jahodovou polevou  
cena 20 Kč

### *banech*

(banán a ořech)  
těsto z tmavé čokolády  
s ořechy a banánovou polevou  
cena 22 Kč

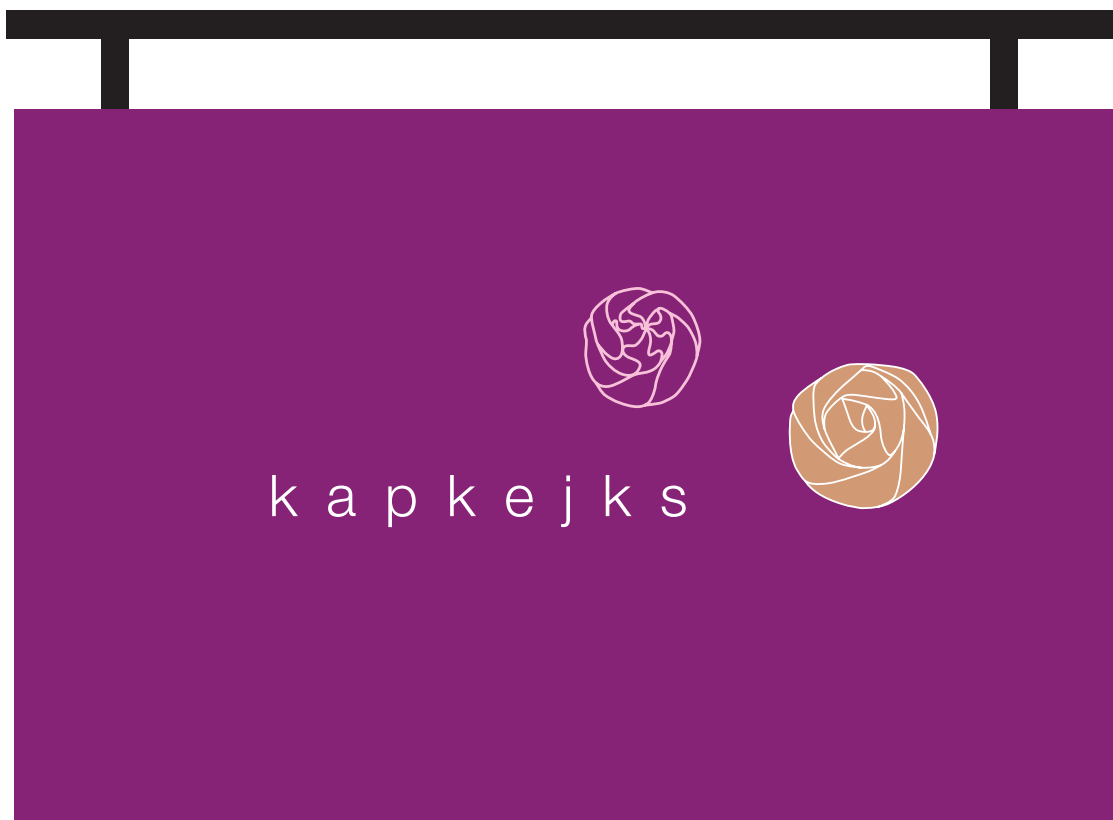
### *malůvka*

(malina a borůvka)  
těsto z tmavé čokolády  
s lesní polevou  
cena 23 Kč

+ 420 775 679 230, kapkejks@seznam.cz www.kapkejks.cz



Příloha 10 – Vízitky variace z obou stran







Příloha 12 – Obálky / obálky s dopisním papírem



Příloha 13 – Krabice různé velikosti / krabice vnitřní pohled



Příloha 14 – Balící papír na krabičkách / Taška / Stojan na cupcakes