

**Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

Bakalářská práce

JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL
Firma se sportovním oblečením pro děti

Adéla Kašová

Plzeň 2016

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění
Studijní program Výtvarná umění
Studijní obor Ilustrace a grafika
Specializace Grafický design

Bakalářská práce

JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL
Firma se sportovním oblečením pro děti

Adéla Kašová

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

Plzeň 2016

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jsem jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....

PODĚKOVÁNÍ

Chtěla bych tímto poděkovat vedoucí své bakalářské práce paní doc. ak. mal. Dittě Jiříčkové, za její vstřícný přístup, odborné vedení a přínosné rady po celou dobu mého studia a i tvorby závěrečné práce. Zároveň bych ráda poděkovala své rodině, přátelům a blízkým za podporu během studia.

OBSAH

1.	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE	6
2.	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY	8
3.	CÍL PRÁCE	9
4.	PROCES PŘÍPRAVY	10
5.	PROCES TVORBY	12
6.	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA	15
7.	POPIS DÍLA	17
8.	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR	23
9.	SILNÉ STRÁNKY	24
10.	SLABÉ STRÁNKY	25
11.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	26
12.	RESUMÉ	27
13.	SEZNAM PŘÍLOH	28

1. JÁ V KONTEXTU SPECIALIZACE

Když jsem se po skončení základní školy nastoupila na Střední průmyslovou školu keramickou a sklářskou obor grafický design, první rok jsem moc nevěděla, co přesně můj obor bude obnášet. První ročník byl zaměřený hlavně na přípravu k dalšímu studiu, malování, kaligrafie, klasické grafické techniky. V další letech mého studia se mé obzory v rámci studia začali rozšiřovat. Začala jsem rozvíjet své schopnosti se softwarem pro tvorbu grafického designu. Pochopila jsem, k čemu jsme se vše v první ročníku učili. S pokračujícími roky mého studia jsem pochopila, jak je práce grafického designéra rozmanitá a důležitá pro každý den. Stala se mým nejlepším přítelem a já pochopila, že je to profese, které se chci věnovat i v budoucnu.

Během, střední školy jsem se již dostala k drobnějším zakázkám od školy, jako např.: Pf pro roky 2012 a 2013, Ročenka. Vyhrála soutěž od galerie Supermarket WC, kde jsem následně vystavovala sérii svých plakátů a následně s nimi navázala i další spolupráci. Když jsem začala kolem sebe potkávat své realizované práce, naplňovalo mě to stále více a více a uvědomila jsem si, že chci v tomto oboru dále realizovat. Hodně mě při mém studiu ovlivnili moji kantoři, zejména pak BcA. Jan Samec, který mi ukázal, jak správně postupovat při navrhování grafického designu, a že není důležitá výsledná práce, ale její proces. Pan Jan Pelc mě naučil trpělivosti a preciznosti. Dále pro mě byla důležitá i zkušenost s tiskem, kterou mi vštíplili Richard Šmíd a Simona Makovičková, protože některé naše nápady realizovat nejdou, i když my jsme přesvědčeni o opaku.

Na vysoké škole jsem se na začátku svého studia podílela na chodu studentské organizace, tímto způsobem jsem se dostala k daleko větším a prestižnějším zakázkám, ale také mi to přineslo mnoho zkušeností v rámci organizace a dodržování určitých pravidel.

I v současné době směřuji stále stejným směrem a chtěla bych se stále realizovat v grafickém designu, ale nebráním se ani spolupráci s jinými obory a možnému rozšíření svého obzoru.

2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Téma JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL jsem si vybrala, protože si myslím, že v něm mám své mezery a je to téma, které vedoucí mé bakalářské práce dobře zná a je schopna mi s ním pomoci do té míry, že to bude mít nemalý přínos pro moji další práci. Myslím si, že není dobré si vybrat téma, ve kterém jsem si 100% jistá, a dále již mě neposune, ale snažím se dávat si takové cíle, aby mě mé studium dále posouvalo a naučilo novým věcem. Proto jsem si vybrala téma, které je pro mě hůře zpracovatelné a nemám s tímto odvětvím téměř žádné zkušenosti. Dalším důvodem, proč jsem si toto téma zvolila, bylo to, že je v naší společnosti hodně opomíjeno dětské oblečení v rámci grafického designu. Vzhledem k tomu, že mám o osm let mladšího bratra, který se aktivně věnuje sportu, především hokeji, vím, jak je těžké splnit jeho nároky v tom, co si ráno obleče. Jedním z dalších důvodů, proč jsem si toto téma vybrala, je možnost realizace mých návrhů pro rodinnou firmu. Nejsm, ale nijak limitována svou rodinou a mám volné pole působnosti a je jen na mě, jak toto téma zpracuji. Samozřejmě, že musím vzít v potaz technologické možnosti, zvážit cenu následného výrobku, aby byl dostupný pro všechny. Stále mi zde však zůstává možnost popustit uzdu své fantazie a vytvořit netradiční vizuální styl, který zaujme, jak malé zákazníky, tak i ty velké. Myslím si, že grafický design na oblečení pro děti je velice málo prozkoumaný a je zde veliká škála možností, jak tento úkol pojmout. Doufám, že má práce zaujme potencionální klienty a vnesu tak nový pohled na odívání našich nejmenších.

3. CÍL PRÁCE

Cílem mé práce je navrhnout módní značku od základu až po realizaci, přičemž název společnosti jsem již měla vymyšlený. Součástí mé práce je i aplikace vizuálního stylu na jednotlivé příklady.

4. PROCES PŘÍPRAVY

Celý projekt vypracování mé bakalářské práce jsem se snažila strukturovat a rozplánovat od začátku do konce již před tím, než jsem začala na celém projektu pracovat. Stanovila jsem si data, ke kterým jsem potřebovala mít určitou část práce promyšlenou a naskicovanou. Následně jsem si pak stanovila i termín, kdy jsem potřebovala mít danou část zpracovanou v počítači a připravenou ke konzultacím.

Vymezila jsem si termín, ke kterému jsem potřebovala mít hotový průzkum značek, které se zabývají sportovním oblečením, které se zabývají dětským oblečením a které tyto vlastnosti kombinují. Při zkoumání této oblasti jsem došla i ke zjištění hlavních slabin, které tyto vizuální styly přinášejí. Každý z těchto termínů měl samozřejmě optimální a nejzazší bod, kdy jsem na tom mohla pracovat. Několikrát se mi bohužel nepodařilo splnit si mnou zadaný termín, ať už kvůli mé vlastní prokrastinaci, nebo kvůli tomu, že jsem daný problém špatně vyhodnotila a byla jsem nucena na jeho řešení začít znovu od samého začátku (například u vytváření samotného logo firmy, jsem velice dlouho hledala optimální řešení).

Celý mnou vytvořený seznam elementů jsem se snažila rozepsat tak, abych mohla kontinuálně pracovat a měla jsem dostatek času na promyšlení každého prvku.

Již na začátku mi byla jasné, že není v mých silách vytvořit oblečení pro všechny odvětví sportu, kterými se děti zabývají, a proto jsem se zaměřila jen na jedno odvětví a tím je hokej. Dále nebyla v mých silách vytvořit celou kolekci oblečení pro jednu sezonu, proto jsem zvolila jen ukázkou základních potisků, které by byli standartní a objevovali by se celoročně.

V poslední fázi jsem se snažila připravit prezentaci mnou vytvořeného vizuálního stylu a ukázat, jak by měla práce s ním fungovat. Je jasné, že

není možné předložit pouze grafický manuál, proto jsem si do svého rozvrhu zapracovala i čas na vytvoření prezentační plakátů, potisků triček a dalších materiálů, které mají blíže ukázat fungování grafického designu.

5. PROCES TVORBY

Můj proces tvorby bych rozdělila do několika částí, které probíhali postupně za sebou, jelikož jedna na druhou navazují a proto bylo potřeba pracovat s navazujícími prvky a tím celou práci propojit.

Vizuální styl

Jakmile jsem měla vytvořenou rešerži tématu a rozepsala jsem si seznam toho, co budu během mé bakalářské práce tvořit.¹Začala jsem tvorbou základních prvků vizuálního stylu, což byl první bod na mém seznamu. Abych mohla pracovat na čemkoliv dalším, musela jsem si vytvořit základní kámen mojí práce, tj. logo, jehož tvorba mi zabrala nejvíce času.

Proces skicování se protáhl více, než jsem čekala. Po několika konzultacích s vedoucí bakalářské práce doc. ak. mal. Dittou Jiříčkovou jsem se potýkala s několika verzemi, jak by značka mohla vypadat a jaký nosný prvek by mohla mít.² Jednou z verzí, která stojí za zmínku je, kdy jsem chtěla W z názvu nahradit dynamickou linkou, která by v tomto případě znázorňovala pohyb hráče na ledě a následný výstřel na bránu.³ Další verzí bylo vytvořit logo, kdy název by byl typograficky upraven tak, aby symbolizoval puk a za nápisem by byla vytvořena branka, což by symbolizovala úspěšné vstřelení branky nebo také ne. Podle toho jak moc bych do brány umístila text.⁴ Díky této variantě jsem přišla i na konečné logo, rozhodla jsem se D neduplikovat a vytvořit bránu z něj. Vybrala jsem si vhodné písmo a následně jen upravovala textové části a jejich správné rozložení, aby písmena k sobě fungovali co nejvíce harmonicky. Během

¹ Příloha 1

² Příloha 2

³ Příloha 3

⁴ Příloha 4

této práce jsem narazila i na zcela nevhodné varianty, jako je třeba zkratka z WILD COMPANY, která zní WC a nese všeobecně známé označení pro toalety ve všech světových jazycích, od této varianty jsem upustila hned v zárodku a dále se s ní nezabývala.⁵

Následně jsem začala tvořit grafický manuál loga, který stanovuje všechna pravidla o tom, jak logo, co nejlépe používat, tak aby nedocházelo k porušení autorských práv. Na pomoc k vytvoření co nejlepšího grafického manuálu, jsem si jako předlohu vzala již vytvořený manuál Karlovarské organizace PROTEBE LIVE, jejíž manuál je podle mého názoru vytvořený velice dobře.⁶ Dále jsem si v grafickém manuálu stanovila doplňkovou barvu, která se k logu může dále používat.

Dále jsem na svém seznamu měla zapsané vytvoření vizitek, cenovek, balicího papíru, samolepek a placek, což se v této situaci dá považovat za základní propagační materiály firmy WILD COMPANY. Vizitky jsem zhotovila ve více variantách a následně si zvolila 2 z nich, které jsem po důkladné konzultaci, zvolila i pro prezentaci. Jedna varianta je oboustranně potisknuta a druhá varianta je pouze jednostranná. Téměř všechny tiskoviny jsou tisknuty černobíle a jsou uzpůsobeny tak, aby se dali vytisknout na obyčejné kancelářské tiskárně.

Potisky triček a stahovacích batůžků

Ve druhé fázi jsem se zabývala potisky triček, vytvořila jsem si sérii potisků, které vycházejí z loga a jsou promítnuty i do tiskovin značky. Mají ukázat základní použití značky. Velice dlouho jsem se zabývala tím, jak vlastně trička potisknu. Nakonec jsem zvolila zažehlovací fólie na tričko či batůžek. Připravila jsem si vektorovou grafiku a následně si sama potisky vyřezala na řezacím plotru do folie a doma je zažehlila.

⁵ Příloha 5

⁶ Příloha 6

Webové stránky

Návrh na webové stránky jsem tvořila při bakalářské práci úplně poprvé ve svém životě. Zprvu jsem vůbec nevěděla, jak na to. A tak jsem si navrhla, co nejjednodušší systém do kterého jsem následně aplikovala základní prvky svého vizuálního stylu. Myslím si, že na webu je určitě ještě, co vylepšit. Bohužel, čas byl mým nepřítelem a tak se mi web již nepodařilo dovést do konečné podoby.

Prezentace

Příprava prezentačních materiálů pro mě byla naprostým závěrem tzv. třešničkou na dortu. Pokusila jsem se vytvořit prezentační plakáty výrobků a webu. Součástí mé prezentace jsou i jednotlivé tiskoviny, trička a batůžky, jak by vypadali ve skutečnosti.

6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Technologicky jsem se snažila vycházet z běžně dostupných a ekonomicky, co nejméně nákladných postupů, které se běžně používají k produkci tiskovin a produktů.

Už od začátku, když jsem si práci plánovala, jsem se snažila vyvarovat jakýmkoliv zbytečným efektům, které by byly pouze aktuálním trendem, a uměle by zvyšovali kvalitu práce. Mě osobně se využití parciálního laku nebo slepotiskové ražby moc nelíbí, protože si myslím, že je to pouze modní výstřelek v oblasti dokončující zpracování tiskovin. Proto jsem se rozhodla, že pokud to bude jen možné, budu se technologicky omezovat pouze na technologii tisku a řezané grafiky.

Jako základní materiál pro tisk vizitek a cenovek jsem si zvolila světle modrý papír o hmotnosti 240g/m². Zkoušela jsem mnoho různých gramáží a odstínů papíru, z mého pohledu, vyšel nejlépe tento, a to i pro svůj nejbližší odstín modré, kterou jsem si stanovila jako doplňkovou barvu již v grafickém manuálu. U většiny papírů jsem byla nespokojena s jejich odstínem a dále pak i s jejich gramáží, která byla nižší, než jsem pro tyto tiskoviny potřebovala a vznikal zde nežádoucí efekt opacity.

Na tisk grafického manuálu jsem využila bílý hlazený matný papír o hmotnosti 200g/m². Jelikož jsem se rozhodla pro vazbu V1 tzv. sešitovou vazbu, bylo potřeba zvolit vhodnou gramáž papíru, aby se po přeložení nelámalo a nedocházelo k porušení tisku, ale zároveň papír nesměl prosvítat.

Nejvýhodnější variantou pro potisk triček a batůžku se mi v tomto případě nejevila možnost tisku, ale přijatelnější se mi zdála nažehlovací fólie. Ta je velmi rychle zpracovatelná, lze ji zakoupit ve velkém množství barev a vlastností. Následné plotrování a zažehlování potisků je velice rychlé. Výrobní a dokončující náklady jsou opět relativně nízké, a vzhledem k rychle se měnícím návrhům potisků si myslím, že by tato varianta byla pro řešení této situace tou nejlepší.

7. POPIS DÍLA

„Firma bez svébytného vizuálního stylu je jako jedinec bez osobnosti.“⁷

Nejdůležitějším krokem v této práci bylo vytvoření identity nové značky zabývající se sportovním oblečením pro děti. Prvním krokem byl název, který již před několika lety vymysleli moji rodiče a mají ho několik let zaregistrovaný. Celý tento nápad vznikl s nástupem mého bratra do hokejového týmu a vytvořením vlastních týmových mikin a samolepek na helmy. Název WILD COMPANY se dá volně přeložit jako ZUŘIVÁ PARTA, což si myslím, že tým malých hokejistů perfektně vystihuje.

Logo

Logo by mělo být originální. Tento fakt jsem myslím naplnila, když jsem použila písmo Museo Sans Rounded. Museo Sans Rounded vychází z rodiny Museo Sans. Je to čitelné bezpatkové písmo, které je specifické svojí geometrickou stavbou. Toto písmo je vhodné jak pro digitální, tak i pro tiskové návrhy. Jako písmovou rodinu Museo Sans, tak i Museo Sans Rounded navrhl typograf Jos Buivenga, který na tomto písmu začal pracovat již v roce 1994. Písmo má své specifické označování tloušťky řezu, nepoužívá klasické označování Light, Regular a Bold, ale číselné hodnoty 100, 300, 500, 700 a 900. Já pro své logo použila dva různé řezy 700 (silnější pro WILD) a 300 (slabší pro COMPANY).⁸ Dále jsem pracovala s písmenem D, které mi evokuje bránu. Jeho svislou část jsem narušila a část odstranila, čímž mi ještě více vznikl dojem branky. Aby toto nenavozovalo dojem jiného písmena, nahradila jsem chybějící část bodem, který pro mě evokuje brankáře, číhajícího v bráně nebo puk, který je skoro v bráně. Přičemž tento symbol, tvoří samostatný zástupný znak,

⁷ ZÁRUBA, A.; RICHTER, M. CI.CZ 1990-2007 Firemní styl v České republice. CI.CZ, s.r.o. a Ogilvy CID, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-254-1835-2: 50

⁸ Příloha 7

kterým můžeme nahradit logo. Barevnost loga je definována v černobílé variantě, která nám zajistí přehlednost a jednotnost vizuálního stylu.⁹

Grafický manuál

Grafický manuál by měl být nedílnou součástí každého loga. Jak již bylo zmíněno, grafický manuál je návod, jak správně aplikovat značku, co s ní smíme dělat a co už je naopak za hranicemi snesitelnosti. V mém grafickém manuálu řeším základní pravidla. Nalezneme zde pozitivní a negativní verze, konstrukci loga, ochrannou zónu, umístění loga v síti, minimální velikost, nesprávné použití, použití loga na podkladu, použití na fotografii, ale i naopak jak logo na fotografii nepoužít, základní písmo, základní barvy a doplňkové barvy.

V minimální velikosti je určena nejmenší možná velikost loga, dále už nejsme jeho velikostí limitováni. Stejně tak je tomu i u znaku. Zakázané varianty naopak ukazují na možné chyby, kterých bychom se v žádném případě neměli dopustit. Značka se nesmí jakkoliv deformovat, obarvovat, avšak grafický manuál nemůže zachytit všechny tyto možnosti, jak lze logo narušit.¹⁰

Potisky triček

Po úspěšné realizaci loga jsem dále pokračovala k návrhu čtyř základních triček, které vycházejí z vizuálního stylu a které bude mít firma neustále k dispozici. Motivy jsou zhotoveny v černobílé formě, avšak barva může být jakákoliv. Na první design trička je použito celé logo. V druhém motivu aplikuji pouze znak. Na třetím je užito rastru, který vychází z plánu hokejového hřiště, přičemž brány tvoří znak a jsou zde vyznačeny jen tzv. buly. Celý rastr je natočen 45°, aby získal na dynamice. Na posledním čtvrtém tričku je vyobrazen panáček, který mě osobně připomíná hokejistu. Je vytvořen ze znaku a duplikovanému a zrcadlově

⁹ Příloha 8

¹⁰ Příloha 9

obrácenému WIL, kdy L tvoří ruce, I tělo a W můžeme považovat za nohy nebo v tomto případě za betony, které slouží brankáři k obraně branky a D tvoří hlavu s helmou.

Tyto čtyři základní motivy nejsou konečnou fází, do budoucna bych chtěla samozřejmě dále pracovat s logem a dále základní motivy rozvíjet, avšak nechtěla bych ustrnout jen na práci s logem a chtěla bych oslovit ilustrátory a kreslíře a vytvořit i specifické designy spojené s kresbou.¹¹

Etikety

Etikety jsem neztvárnila klasickým způsobem, kde je do trička všit kousek jiné látky a na té je zobrazené logo firmy a velikost výrobku. Zvolila jsem nažehlení designu stejně jako je tomu u potisků na trička. Zamezím tím ustříhnutí etikety a poškození výrobku. Etiketa obsahuje logo, velikost trička a tři piktogramy na správné praní výrobku. Piktogramy pro správné praní mají přesně daný tvar, jak mají vypadat. Já jsem tyto tvary převzala a seskládala je z fragmentů fontu, který jsem použila.¹²

Stahovací batůžky

Dále jsem vytvořila sérii tří stahovacích batůžků, které jsou v dnešní době velice oblíbené. Motivy jsou v tomto případě zhotoveny opět v černobílé variantě. Na prvním designu je použit panáček, avšak v tomto případě je jich použit 6 a to v rozmístění hráčů na ledě (brankář, dva obránci a 3 útočníci). Na druhém jsem použila znak, několikrát ho duplikovala různě po celé ploše, tím sem získala určitou dynamiku a hravost. Na poslední batůžek jsem použila rastr a aplikovala ho stejným způsobem jako druhý design.¹³

¹¹ Příloha 10

¹² Příloha 11

¹³ Příloha 12

Cenovky

Cenovky jsou jedna ze základních věcí, kterou k prodeji oděvních výrobků potřebujeme. Cenovka musí obsahovat velikost a kolik daný kus stojí. Tyto dvě věci by měl zákazník nalézt jako první. Snadná orientace byla hlavním cílem v tvorbě cenovky. Cenovka má vizitkový tvar. Vpředu je logo firmy na černém podkladu, prostor pro zaznamenání ceny výrobku, velikost, která je větším a tučnějším písmem nežli zbytek, dále se zde nachází barva a název oděvu. Na zadní straně pak už nalezneme jen panáčka. Cenovky jsou vytisknuty na specifickém papíru TOP – SET, 240 g odstín 40 – světle modrá, který se perfektně shoduje s doplňkovou barvou, a mají rozměr shodný s vizitkou.¹⁴

Vizitky

Vizitky jsou v dnešní době nedílnou součástí každé firmy. V dnešní době vizitku většina firem nebere za důležitou prezentaci a v konečné fázi nás nijak nezaujme. Typická vizitka má podoby obdélníkového tvaru o rozměrech 90mm x 50mm, který jsem využila i já. Pro prezentaci jsem zvolila dvě varianty vizitek. První základní vizitka je velice jednoduchá a najdeme na ní jen logo a kontakt firmy. Druhá je potištěná i z druhé strany, kde nalezneme rastr. Vizitky jsou vytisknuty na specifickém papíru TOP – SET, 240 g odstín 40 – světle modrá, který se perfektně shoduje s doplňkovou barvou.¹⁵

Webové stránky

Webové stránky v této práci slouží jako návrh, jak by v budoucnosti mohly vypadat. Vytvořila jsem základní lištu, na kterou jsem aplikovala logo na pravou stranu a na levé straně nalezneme okno na hledání a na

¹⁴ Příloha 13

¹⁵ Příloha 14

košík. Pod tímto máme menu, které ukazuje základní rozdělení. Dále pak máme hlavní fotografie, které nám ukazují aktuální fotografie z nejnovější kolekce, rozdělení na dívky a chlapce, tři nejnověji přidané produkty, kontakty a důležité informace pro zákazníka jako například: obchodní podmínky, platbu, způsob vrácení atd.

Pokud najedeme na jednotlivá pole v menu, nalezneme zde širší nabídku produktů, jak pro dívky, tak pro chlapce. Po vybrání se dostaneme na jednotlivé produkty, kde se nám zobrazí obrázek, velikost, název a cena produktů. Po kliknutí na fotografie se dostaneme přímo do produktu, kde si můžeme prohlédnout další fotografie, něco si o produktu přečíst, vybrat si velikost a vložit si ho do košíku. Dále jsem vytvořila první stránku košíku, kde máme shrnuté zboží a dále pokračujeme k jeho zaplacení.¹⁶

Balící papír

Balící papír je pro každou firmu z oděvního průmyslu nedílnou součástí. Zabalením produktů do vlastního papíru, ukazujeme zákazníkovi jedinečnost firmy. Pro návrh dvou balících papírů jsem využila dva rastry. Na prvním grafickém návrhu využívat znaku, který je dvakrát naproti sobě a dává dojem dvou branek, které jsou od sebe přes celé hřiště. Na druhý design jsem opět využila rastr, který evokuje hokejové hřiště.¹⁷

Placky

Placky stejně tak jako trička obsahují základní design potisků. Logo v pozitivu a negativu, rastry v několika barevných provedeních a panáčka. Je zde využita i doplňková světle modrá barva. Placky mají nepřeberné množství variací a toto je jen malá ukázka.¹⁸

¹⁶ Příloha 15

¹⁷ Příloha 16

¹⁸ Příloha 17

Samolepky

Samolepky taktéž obsahují základní design, kdy jsou propojeny všechny výstupy mé práce. Jsou vytisknuty na průhledné fólii a jejich konečný efekt vytvoří samotné místo, kam je nalepíme.

8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Myslím, si že přínos mé práce tkví pro grafický design a vizuální komunikaci ve studii a rozboru samotného tématu. Vizuální styl, který je určen pro děti je sám o sobě velice složitý a špatně uchopitelný. Mě, osobně tato práce mnoho přinesla. Nedělám si žádné velké iluze, že by konkrétně má bakalářská práce nějak výrazně obohatila grafický design, ale doufám, že osloví širokou veřejnost a firmě se díky tomu bude dařit prodávat své produkty a zviditelnit se na této jednotvárné scéně již zaběhlých a uznávaných značek. Hlavní je pro mě spíše přínos pro mě. Díky, této práci jsem si vyzkoušela nové věci, jako jsou například webové stránky. Vyzkoušela jsem si i práci s novými materiály jako jsou zažehlovací fólie. Práci jsem vytvářela z vlastního rozhodnutí, protože jsem věděla, že je to téma, které mé dosavadní znalosti, může ještě více obohatit. Také si myslím, že téma je dostatečně složitě, aby bylo možné se na něm po dobu jednoho semestru naučit něco nového a v neposlední řadě je to téma, se kterým se grafický designér po ukončení studia setkává prakticky dnes a denně.

9. SILNÉ STRÁNKY

Za silné stránky mé bakalářské práce považuji především její jednoduchost a univerzalitu. S vývojem firmy a postupným rozšiřováním sortimentu a potencionálních zákazníků, se její grafická podoba nemusí obměňovat, a tudíž může pojmout i další věkové kategorie kromě dětí, kterým bude sortiment určen. Dále pak je možné rozšiřovat sportovní odvětví, se kterými tato firma možná bude v budoucnu spolupracovat a nezůstávat jen u ledního hokeje, což by sebou přinášelo i další rozvinutí základních prvků, jako jsou například rastry.

10. SLABÉ STRÁNKY

Za nedostatek celé mé práce se dá především považovat to, že nyní je pouze v základní fázi. Vše je zde pouze prototypem a žádná skutečná série produktů zatím není na trhu.

Jeho další vývoj je pouze nastíněn písemně, avšak budoucnost je nejasná.

Doufám, že tato značka bude v budoucnu konkurence schopná již známým značkám na trhu.

11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. SMRČEK, K.; VAIDA, P. *Návrh a tvorba webů. Česká republika: Computer press, 2005. ISBN 80-251-0508-3.*
2. RAHMEL, D. *Podrobný průvodce tvorbou a správou webů. Česká republika: Computer press, 2010. ISBN 978-80-251-2714-8.*
3. ZÁRUBA, A.; RICHTR, M. *CI. CZ: 1990-2007 Firemní styl v České republice. Česká republika: CI. CZ, s.r.o.; Ogilvy CID, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-254-1835-2.*
4. CEDERHOLM, D. *Webdesign s webovými standardy. Česká republika: Zoner press, 2004. ISBN 80-86815-15-3.*
5. WEINMANOVÁ, L.: *Velká kniha webdesignu. Česká republika Zoner press, 2004. ISBN 80-86815-10-2.*
6. DOUGLAS K. Van Duyne, JAMES A. Landay, JASON I. Hong. *The Design of Sites: Patterns, Principles, and Processes for Crafting a Customer-Centered Web Experience. Boston: Addison-Wesley Professional, 2002. ISBN 0-201-72149-X.*
7. TIMOTHY, Samara. *Grafický design. Slovenská republika: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.*

Průběžné sledování odborného časopisu Font.

Průběžné sledování odborného časopisu Typo.

12. RESUMÉ

The theme of my Bachelor thesis is to propose a uniform visual style of the company, which is engaged in sports clothing for children. The result of the thesis is the company logo, graphic manual, basic prints, printing for T-shirts and backpacks and design of the website.

At the beginning I was dealing with graphic processing of logos, from which comes the rest of my work. The logo consists of the entire company name WILD COMPANY. The letter D is graphically formed. D reminds us hockey and football goal. I partially replaced the vertical line with the circle and that can represent the goalkeeper's head or scoring puck / ball. Final graphic design logo is in black and white color. Of course, in positive and negative it is completed with light blue color. I used the font Museo Sans Rounded in two sections for the logo.

Everything about the correct use of the logo can be found in the design manual. Then I created a basic prints for the company such as greeting cards, labels on clothes, wrapping paper and stickers. Next, I created four basic designs of T-shirts that would be a part of every collection of the brand. All prints are cut out on the plotter to film and then ironed. For backpacks I chose the same technique of printing, but printing design is playful and dynamic because I wanted to break the monotony. I would like to create my own brand, which will be able to live and which would love adults but mainly children. I also created posters, where the support elements are photos of products. That could attract potential customers. Websites are designed very simply for better orientation. The main landmarks are the products photos which the company offers.

I gained a lot of knowledge in creating websites because I have never done any. But it also showed me how little inspiration we can find in brands dealing with children's clothing.

13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1

Rešerže

Příloha 2

Skici

Příloha 3

První návrh loga

Příloha 4

Druhý návrh loga

Příloha 5

Nevhodná zkratka

Příloha 6

Grafický manuál PROTEBE LIVE

Příloha 7

Použité písmo

Příloha 8

Logo

Příloha 9

Grafický manuál

Příloha 10

Trička

Příloha 11

Etikety

Příloha 12

Stahovací batůžky

Příloha 13

Cenovky

Příloha 14

Vizitky

Příloha 15

Webové stránky

Příloha 16

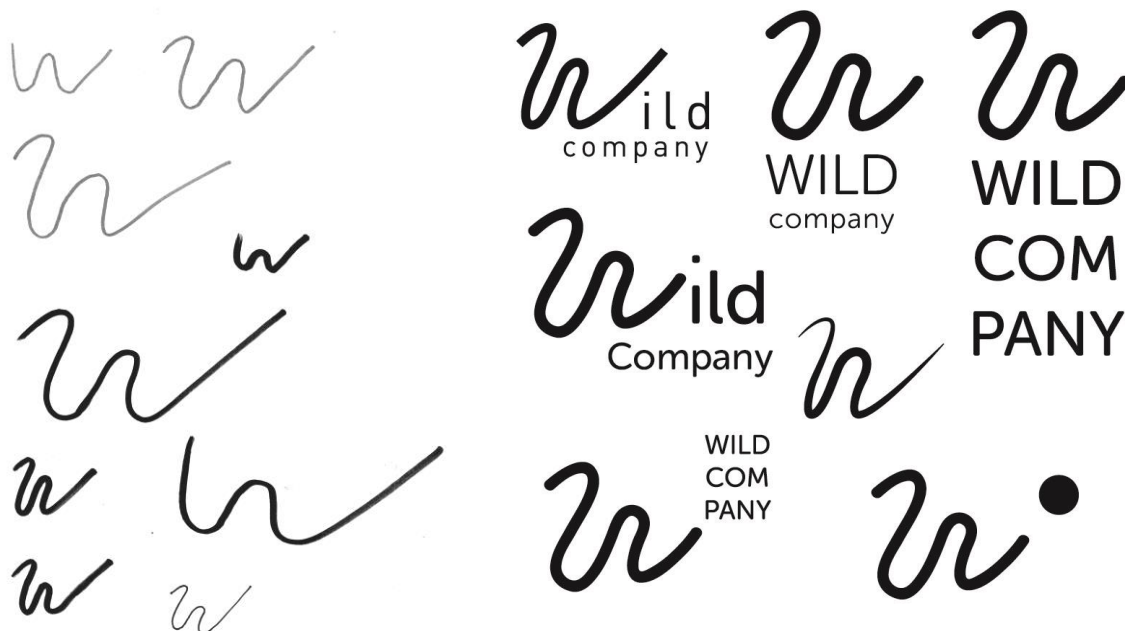
Ukázka rastrů pro balicí papír

Příloha 17

Placky

Příloha 3

První návrh loga²¹



Příloha 4

Druhý návrh loga²²

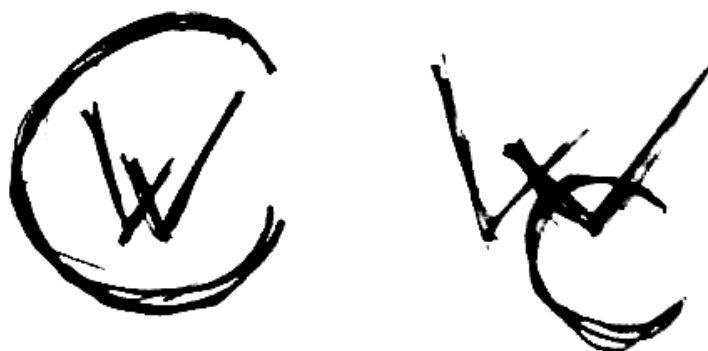


²¹ Vlastní tvorba

²² Vlastní tvorba

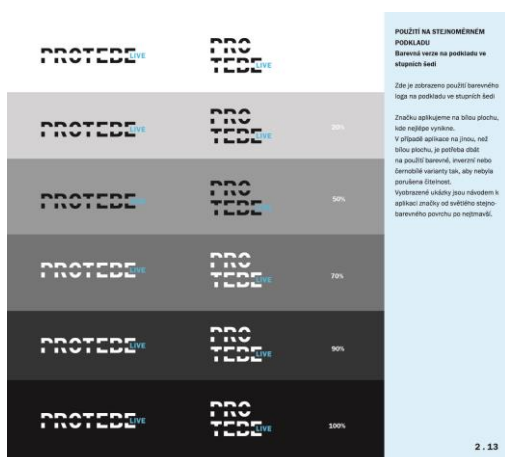
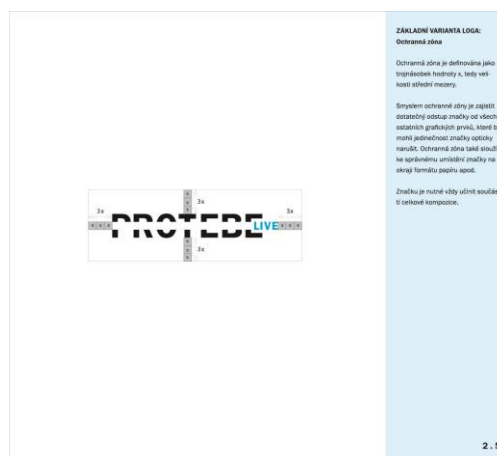
Příloha 5

Nevhodná zkratka²³



Příloha 6

Grafický manuál PROTEBE LIVE²⁴



MINIMÁLNÍ VELIKOST V MM

2. 15

²³ Vlastní tvorba

²⁴ www.pro.tebe.cz

Příloha 7

Použité písmo²⁵

G g

Museo Sans
Rounded 700

Aa	Bb	Cc	Dd	Ee
Ff	Gg	Hh	Ii	Jj
Kk	Ll	Mm	Nn	Oo
Pp	Qq	Rr	Ss	Tt
Uu	Vv	Ww	Xx	Yy
Zz				

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. ! ? : * _ & - % () @ { } ~ °

G g

Museo Sans
Rounded 300

Aa	Bb	Cc	Dd	Ee
Ff	Gg	Hh	Ii	Jj
Kk	Ll	Mm	Nn	Oo
Pp	Qq	Rr	Ss	Tt
Uu	Vv	Ww	Xx	Yy
Zz				

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. ! ? : * _ & - % () @ { } ~ °

Příloha 8

Logo²⁶

WILD
COMPANY

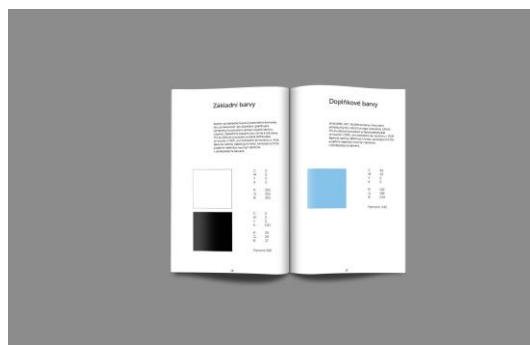


²⁵ Vlastní tvorba

²⁶ Vlastní tvorba

Příloha 9

Grafický manuál²⁷



Příloha 10

Trička²⁸



²⁷ Vlastní tvorba

²⁸ Vlastní tvorba

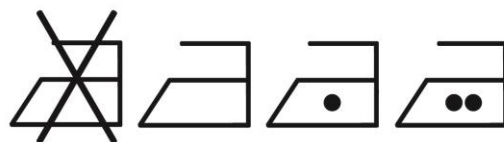
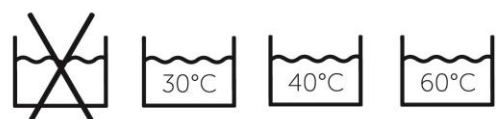
Příloha 11

Etikety²⁹



WILD
COMPANY

140



Příloha 12

Stahovací batůžky³⁰



²⁹ Vlastní tvorba

³⁰ Vlastní tvorba

Příloha 13

Cenovky³¹



Příloha 14

Vizitky³²

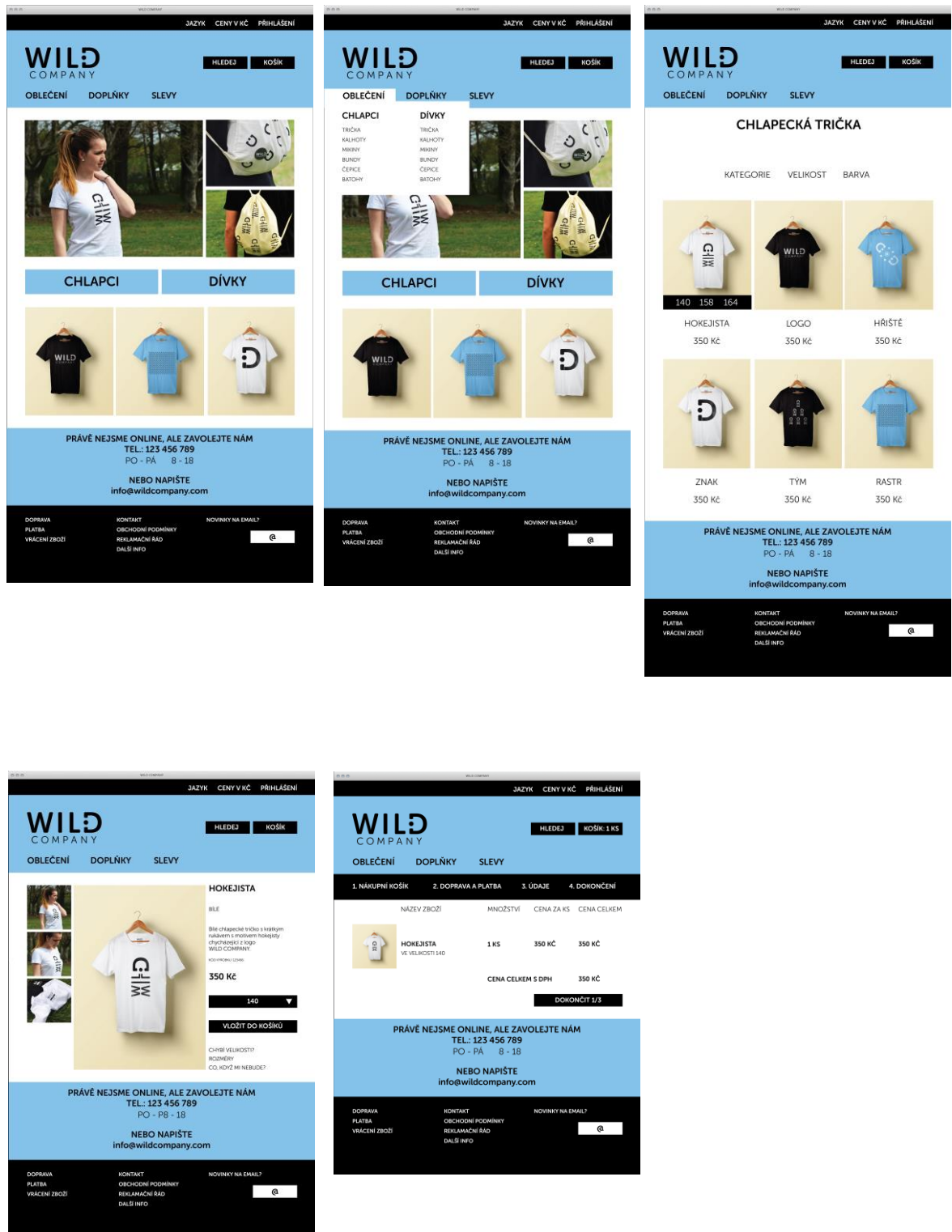


³¹ Vlastní tvorba

³² Vlastní tvorba

Příloha 15

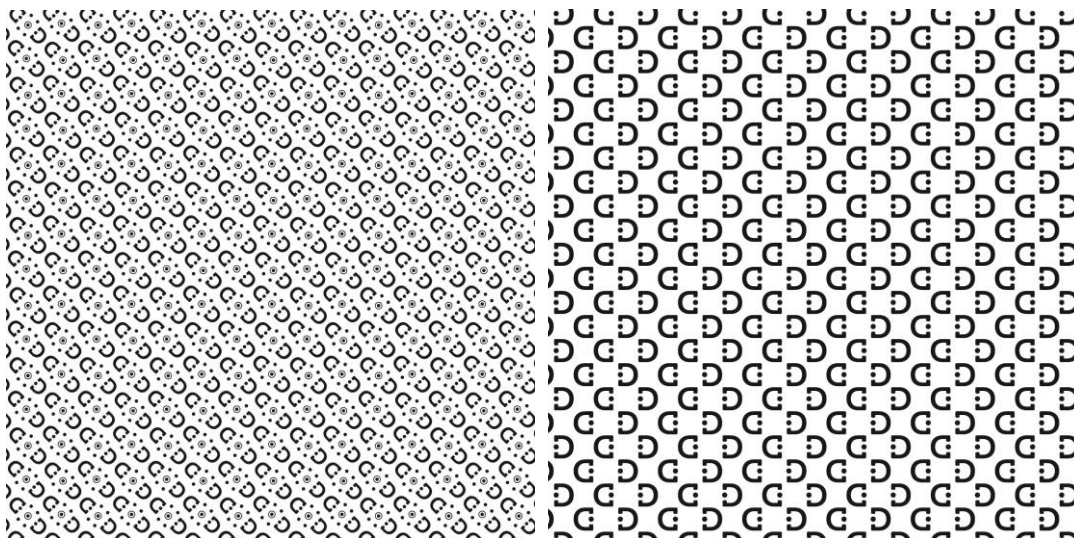
Webové stránky³³



³³ Vlastní tvorba

Příloha 16

Ukázka rastrů pro balicí papír³⁴



Příloha 17

Placky³⁵



³⁴ Vlastní tvorba

³⁵ Vlastní tvorba