

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačního inženýrství



Teze diplomové práce

**Grafický manuál značky a vizuálního stylu pro
firmu TEAMWAY a.s.**

Jindřich Richter

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Cílem literární rešerše diplomové práce je popis teorie z oblasti počítačové grafiky, corporate identity, corporate designu a tvorby grafického manuálu. Je zde vysvětlen účel grafického manuálu, jeho použití, obsah a pravidla jeho tvorby. Cílem praktické části diplomové práce je tvorba grafického manuálu pro reálnou firmu, která se rozhodla začít na daném trhu. Součástí praktické části práce jsou návody k tvorbě grafického manuálu a reklamních materiálů.

Cíl práce

Cílem této diplomové práce je vytvoření návrhu nového Corporate Designu firmy TEAMWAY a.s., která v roce 2014 přešla na novou podnikatelskou činnost. Tato změna vedla k tvorbě nové firemní identity a jednotlivých prvků.

Cílem teoretické části práce je vymezit pojmy a vysvětlit problematiku Corporate Identity a Image, dále vytvoření aktuálního přehledu o dané problematice a poskytnutí teoretického základu, který je potřebný k vypracování praktické části diplomové práce.

V praktické části je vytvořen manuál pro jednotný vizuální styl na základě metodik, které jsou využívány v praxi. Navržený jednotný vizuální styl je tvořen logem, logo manuálem pro využití loga, merkantilními tiskovinami (poznámkový blok, firemní desky a Power Pointová prezentace) a dalšími doplňkovými prvky (plakáty, prezentační stánek, označení obchodních míst, reklamní předměty). Nedílnou součástí je vytvořený webový layout nových internetových stránek. Jednotlivé prvky jsou zpracovány do grafického manuálu značky a vizuálního stylu pro firmu TEAMWAY a.s..

Metodika

Metodika zpracování problematiky této diplomové práce je založena na studiu a analýze odborných informačních zdrojů, které se zabývají problematikou grafické tvorby. Na základě prostudování těchto materiálů budou stanovena klíčová témata pro vypracování literární rešerše.

V praktické části budou jednotlivé body literární rešerše převedeny pro praxe a budou vytvořeny jednotlivé prvky grafického designu dle znalostí získaných z nastudovaných materiálů. Na základě literární rešerše a praktické části budou formulovány závěry diplomové práce.

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo objasnění problematiky Corporate Identity a vytvoření přehledu o jeho složkách a jejich vzájemných vztazích. Dalším cílem bylo navržení jednotlivých prvků Corporate Designu a jejich zavedení do praxe.

V literární rešerši byl popsán vztah Corporate identity a firemního image v analogii k vnímání tohoto pojmu lidmi, což by mělo vést ke správnému pochopení těchto termínů. Dále byly popsány různé pohledy, kterými je možné na firemní identitu nahlížet, především na firemní identitu jako na součást firemní strategie, na značku a symbol a na společenskou zodpovědnost firmy. Všechny tyto pohledy mají společnou vlastnost, a to především v pozitivním, či negativním dopadu na image firmy, který je důležitý pro výsledné budování identity. V následující části práce byly vysvětleny jednotlivé složky firemní identity. Největší pozornost byla zaměřena na Corporate Design, který je základním stavebním kamenem ostatních složek identity.

V praktické části diplomové práce byly vytvořeny základní elementy jednotného vizuálního stylu pro firmu TEAMWAY a.s., a dalších doplňkových prvků. Na začátku byla analyzována situace, v jaké se firma nachází. Následně byl vytvořen vizuální audit, který pomohl nastínit aspekty nového vizuálního stylu. V další části byly vytvořeny jednotlivé složky jednotného designu – od definice loga, definice firemního písma, přes merkantilní tiskoviny (vizitky, hlavičkový papír, obálka, komplementka, razítko a emailový podpis), další materiály (poznámkový blok, firemní desky a powerpointová

prezentace), návrhu marketingové komunikace (plakátky a prezentační stánky/stolky), označení obchodních míst, návrh reklamních předmětů. Závěrem byl vytvořen layout pro nové webové stránky pro prezentaci výrobků Císařské houby, které jsou produkty firmy TEAMWAY a.s.

Cílem této diplomové práce bylo vytvoření kompletního jednotného vizuálního stylu vycházejícího z poznatků, které byly zmíněny v literární rešerši. Logo bylo navrženo tak, aby ho bylo možné snadno použít ve všech aplikacích a způsobech využití. Definování všech důležitých elementů v manuálu zajistí správnost aplikace loga i dalších elementů vizuálního stylu.

Model webových stránek byl vytvořen pro případnou profesionální prezentaci produktů v rámci internetu. Je navrhován jako provizorní, ale i tak respektuje celkovou filosofii vizuálního stylu.

Seznam vybraných zdrojů

S., Horný. *Vizuální komunikace firem.* místo neznámé : OECONOMICA, 2004. ISBN 80-245-0762-5.

Záruba A., Richtr M. *CI.CZ 1990-2007 Firemní styl v České republice.* místo neznámé : CI.CZ, 2008. ISBN 978-80-254-1835-2.

kol., Veber J a. *Managament. Základy, prosperita, globalizace.* místo neznámé : Managament Press, 2000. ISBN: 80-7261-029-5.

Vysekalová J., Mikeš J. *Reklama.* místo neznámé : Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2001-2.

Healey, Matthew. *Design loga.* Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3608-9.

Ambrose G., Harris P. *Typografie, Grafický design.* Brno : Computer Press a.s., 2010. ISBN 978-80-251-2967-8.

J., Dannhoferová. *Velká kniha barev.* Brno : Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7.

D., Pála. *Corporate Identity s praktickým zaměřením na Corporate Design ZŠ Průhonice.* [Bakalářská práce] Praha : autor neznámý, 2012.