

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačního inženýrství



Teze bakalářské práce

Grafický manuál podnikatelského subjektu psí hotel

Hybštová Martina

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Bakalářské práce se věnuje stanovení jednotného vizuálního designu pro fiktivní podnikatelský subjekt v oboru hotelnictví, zaměřeného na ubytování pro psy. Práce je rozdělena na dvě části.

Literární rešerše obsahuje vysvětlení základů počítačové grafiky a následné představení funkce grafického manuálu, jakožto nedílné součásti firemního designu. Teoretická část také objasňuje význam grafického manuálu pro podnikatelský subjekt a jeho místo v corporate identity.

Praktická část obsahuje, na základě návrhu jednotlivých grafických prvků důležitých pro vytvoření firemní identity, tvorbu grafického manuálu.

Klíčová slova: Grafický manuál, corporate identity, corporate design, logo, psí hotel, grafický návrh, prezentace, reklama

Cíl

Cílem mé práce je navrhnout jednotného vizuálního stylu, který by obsahoval všechny grafické prvky sloužící k prezentaci psího hotelu a jeho komunikaci se zákazníky.

Hlavním cílem je vytvoření grafického manuálu, který by definoval správné využívání značky hotelu a předcházel špatnému zacházení s jednotlivými grafickými a textovými prvky.

Práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části je hlavním cílem popsání významu grafického manuálu vzhledem k podnikatelskému subjektu, jeho místo ve firemní komunikaci a strategii. Vzhledem k tomu je teoretická část zaměřena i na popsání termínů corporate identity či corporate design a popsání doporučených pravidel pro tvorbu grafického manuálu.

V praktické části je hlavním cílem samotné zpracování grafického manuálu pro fiktivní podnikatelský subjekt. Analýza jeho složek a následné zpracování a grafické návrhy vizuálních prvků jako je logotyp, reklamní předměty nebo vizitky.

Metodika

Prvním krokem při tvorbě této bakalářské práce bylo nastudování odborné literatury vztahující se k tématu.

Na základě těchto dat byla vytvořena literární rešerše, která pokryla danou problematiku v teoretické části a věnovala se tématu tvorby grafického manuálu a firemní komunikace, která k tomu patří.

Dalším krokem bylo zpracování vizuálních prvků fiktivního podnikatelského subjektu, jejichž návrhy a tvorba vycházely z postupů popsanych v teoretické části za použití vhodných grafických programů a nástrojů.

Úvod

Vlastní vizuální styl je pro firmu v dnešním době jedním z nejdůležitějších prvků, které určují její pozici na trhu. Je to vizitka sloužící ke komunikaci nejen s vnějším světem, ale i v rámci firmy.

Snaha lišit se od ostatních značek a být na trhu jednoznačně rozeznatelný, je pro většinu podnikatelských subjektů klíčovým problémem, kterému věnují nemalé prostředky. Proto je význam grafického manuálu stále na vzestupu.

Právě nutnost zachovat jednotný vizuální styl, vede k tvorbě grafického manuálu. Ten sjednocuje jednotlivé prvky stylu podnikatelského subjektu, určuje pravidla používání těchto prvků a předchází tak špatnému zacházení s celou značkou firmy.

A tímto tématem se zabývá tato bakalářská práce, která je zaměřena na podnikatelský subjekt zařazený v sektoru hotelnictví. Jde zde o fiktivní psí hotel, kde by jednotný vizuální styl a vytvoření grafického manuálu mělo dopomoci k úspěšnému zařazení na trh a k srozumitelné prezentaci na něm

Závěr

Tato bakalářská práce na téma Grafický manuál podnikatelského subjektu psí hotel se zabývá popsáním jednotného vizuálního stylu, jenž je následně definován a ucelen v grafickém manuálu. Ten slouží jako sjednocující článek celé corporate identity a obsahuje všechna nezbytná pravidla pro správné zacházení se značkou a k zabránění jejímu poškození.

Pro potřeby práce je vytvořen fiktivní podnikatelský subjekt hotel pro psy DOGGIE Town a následně je pro něj vytvářen jednotný vizuální styl. Na základě nastudované

literatury je definována corporate identity a corporate design, který je její nedílnou součástí a jehož praktickým výstupem je grafický manuál.

V práci je objasněna teoretická problematika týkající se tvorby manuálu a za pomoci programů Adobe Illustrator a Adobe Photoshop jsou následně vytvářeny a zpracovávány grafické prvky práce. Mezi prvky pro využívání psím hotelem je zařazen nejdůležitější vizuální předmět a tím je značka. Na základě její barevnosti jsou dále zpracovány další aplikace včetně celkové barevnosti celého vizuálního stylu. DOGGIE Town využívá při provozu a má okvótován v manuálu hlavičkový papír, vizitky, obálky, prezentační desky, šablony pro prezentace, motorová vozidla a reklamní předměty. Specifické pro tento subjekt je i nadefinování oblečení pro zaměstnance a vznik sloganu, který slouží pro zpestření vnější komunikace.

Nejvýraznějším úkolem grafického manuálu je přesně stanovit a sjednotit celý vizuální styl fiktivního hotelu pro psy DOGGIE Town. Je vytvořen tak, aby vystihoval jeho zaměření a dokázal tak zlepšit jeho sílu na trhu a byl jednoznačně identifikován při prezentování reklamě.

Vybraná literatura

- [1] DABNER, David. Grafický design v praxi: zásady, postupy, projekty. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8.
- [2] JAHODOVÁ, Hana a Jana PŘIKRYLOVÁ. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3622-8.
- [3] KAFKA, Ondřej a Michal KOTYZA. Logo & Corporate Identity. Praha: Kafka design s.r.o, 2014. ISBN 978-80-260-6771-9.
- [4] SAMARA, Timothy. Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování. Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.
- [5] SIMMONS, Jason. Kompletní příručka pro designéry. Praha: Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-151-5.
- [6] VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. Image a firemní identita. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2790-5