

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra informačního inženýrství**



**Teze bakalářské práce**

**DTP ve firemním designu**

**Petra Šnáblová**

## **Souhrn**

Tato práce se zabývá vymezením využití DTP technologií při tvorbě a realizaci jednotných firemních stylů. V první části jsou vysvětleny teoretické principy DTP technologií, které pomohou tvůrci firemních stylů pochopit základní pojmy a náležitosti firemních stylů. Čtenář je seznámen s historií designu, DTP problematikou a s významem a uplatnění firemních stylů. Druhá polovina práce nejprve popisuje současnou úroveň řešení firemních stylů v praxi a v závěru demonstruje návrh řešení pro konkrétní firmu krok po kroku. Řešení je vytvářeno v grafickém programu Adobe Illustrator verze CS6. V závěru práce je navrženo obecné řešení, které může pomoci tvůrcům obdobných firemních stylů.

**Klíčová slova:** historie designu, DTP, jednotný firemní styl, logo

# **1 Cíl práce a metodika**

## **1.1 Cíl práce**

Bakalářská práce je tematicky zaměřena na problematiku navrhování, realizace a následného využití jednotných firemních stylů v podnikatelské praxi. Cílem bakalářské práce je objasnění teoretických principů DTP technologie v kontextu s problematikou vytváření jednotných firemních stylů, zmapování momentálního stavu této problematiky a vymezení její relevantnosti včetně požadavků na ní kladených. Cílem praktické části je na podkladě těchto vymezení navrhnout firemní styl konkrétního podnikatelského subjektu splňující tyto identifikované požadavky, navržené řešení realizovat pomocí vytipovaného DTP nástroje a zobecnit ho pro další možná uplatnění.

## **1.2 Metodika**

Použitá metodika zadané bakalářské práce je založena na studiu a analýze dostupných informačních zdrojů a existujících řešení v dané oblasti. Stěžejní pro vypracování této závěrečné práce jsou především metody a techniky DTP technologie. Navrhované řešení zohledňuje identifikované požadavky a očekávání spojená s řešenou záležitostí. Na podkladě syntézy teoretických poznatků a dosažených výsledků jsou formulovány závěry této bakalářské práce a následně zobecněny pro další možná použití.

# **2 Závěr**

Tato práce je zaměřena na vysvětlení principů DTP technologie a jejího využití při tvorbě jednotných firemních stylů.

Cílem práce je zaměřením se na problematiku využití DTP technologií při výrobě a zpracování jednotných vizuálních stylů firem. Práce vysvětluje všechny důležité aspekty DTP problematiky, které musí bezpodmínečně znát každý, kdo se rozhodne pomocí těchto technologií vytvářet jakýkoliv grafický design či tiskovinu. Jsou zde popsány formáty, se kterými se můžeme setkat, rozdíly mezi barvovými prostory a základní informace o písmu, které potřebujeme znát.

V další části je čtenář seznámen s teorií jednotných firemních stylů. Následuje vysvětlení rozdílu mezi jednotným firemním stylem a jednotným vizuálním stylem, neboť

vizuální styl je pouze jednou z částí firemního stylu. Dále je vysvětleno, k čemu je dobré mít správně propracovaný firemní styl a proč je tak důležitý ve 21. století. Popsány jsou také jednotlivé části vizuálního stylu, jako jsou firemní tiskoviny a propagační předměty.

Na základě oslovení tří existujících firem je zmapována současná úroveň řešení jednotných vizuálních stylů v praxi. Na těchto konkrétních případech je stručně popsáno, jaké jsou spojitosti mezi jednotlivými tiskovinami v jednom firemním stylu. Tyto firemní styly jsou zhodnoceny a je uvedeno, jakých chyb se případně dopouští, a jak by mohly firmy postupovat pro zlepšení.

V druhé polovině práce probíhá pomocí DTP technologií navržení řešení jednotného vizuálního stylu pro konkrétní firmu. Na tomto příkladě je ukázáno, jak lze při řešení postupovat. Práce je obohacena o obrázky postupů, které mohou posloužit jako návod, neboť je zde znázorněn postup krok po kroku, včetně vysvětlujícího textu.

V závěru práce jsou vyvozeny obecné postupy řešení, které mohou pomoci tvůrcům obdobných firemních stylů.

Znalost DTP technologií a DTP softwaru by se neměla zanedbávat, neboť správně vytvořený firemní styl je odrazem firmy. V dnešní době se velmi často můžeme setkat s nevydařenými logy a jinými firemními atributy, které nejsou způsobeny ničím jiným, než neznalostí daného oboru. Dochází k čím dál většímu zanedbávání typografických a jiných pravidel. K tomu dochází především tím, že v dnešní době koluje po internetové sféře nesčetné množství návodů, jak zacházet s DTP softwarem, tudíž se s ním dokáže naučit téměř každý v pohodlí domova. Ne každý už si však nastuduje danou problematiku tak, aby mohl v tomto oboru kvalitně pracovat. Pokud se však nějaký člověk naučí se softwarem pracovat a bude znát i teoretické principy dané problematiky, může být cenným přínosem do každé firmy, neboť takový člověk může firmě při tvorbě vizuálního stylu velmi pomoci. Dle kompetencí takový zaměstnanec může navrhnout celý vizuální styl sám a i ho sám zhotovit, nebo alespoň zhotovit jakýsi polotovár, který bude dále dodán do grafického studia. I návrh takového polotovaru může firmě ušetřit hodně velké množství financí.

Na základě praktické části je úspěšně prokázáno, že si firma dokáže vytvořit svépomocí funkční firemní identitu za zlomek ceny. Cílem bakalářské práce bylo na základě poznatků z teoretické části a znalosti DTP metod navrhnout konkrétní firemní styl

pro fiktivní firmu a tento postup zobecnit pro další tvůrce obdobných firemních stylů.  
Tento cíl byl splněn.

### 3 Seznam použité literatury

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Layout: velký průvodce grafickou úpravou*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 193 s. ISBN 9788025121658.

KAPLANOVÁ, Marie. *Moderní polygrafie*. Praha: Svaz polygrafických podnikatelů, 2010, 391 s. ISBN 978-80-254-4230-2.

DVOŘÁKOVÁ, Zdenka. *DTP a předtisková příprava: kompletní průvodce od grafického návrhu po profesionální tisk*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 288 s. ISBN 9788025118818.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Image a firemní identita*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 190 s. ISBN 9788024727905.