



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

Prezentace předmětu:
Mediální marketing

Vyučující:
doc. Ing. Martin Klepek, Ph.D.



**SILESIA
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

GRAFKA JAKO NÁSTROJ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

*Cílem přednášky je ukázat
studentům základní grafické
principy a jejich využití při tvorbě
vizuálů komerční povahy*

Martin Klepek
Přednášející



GRAFIKA JAKO NÁSTROJ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Struktura přednášky

Principy grafického designu

Vizuální identita značky

Logo

Barvy

Písmo

Aplikace Canva



- V dnešní době existuje mnoho nástrojů pro tvorbu vizuální komunikace značek, které nahrazují činnosti, jež jsme před několika málo lety museli zadávat grafikům.
- Neznamená to, že by práce profesionálního grafika ztratila hodnotu, nebo že bychom se bez jeho pomoci obešli. Ba naopak. Posun v odvětví ale umožňuje profesionálům řešit smysluplné projekty s vysokou přidanou hodnotou.
- Zpracovat leták na propagační akci, připravit příspěvek na Instagram nebo vytvořit banner pro online reklamní kampaně by si měl každý marketér vyzkoušet aby porozuměl práci grafika.

- Práce grafika se dá shrnout do následující věty: Jeho cílem je najít vizuální řešení marketingového problému skrze projekt.
- Pokud chce společnost změnit vnímání značky mezi spotřebiteli, může k tomu dojít několika způsoby.
- Jedním z nich je například změna nebo úprava vizuální identity neboli re-branding.



- V tomto případě bude realizovat projekt, který bude obsahovat diagnózu stávající situace pomocí výzkumných metod, vytvoří možné alternativy řešení, které prototypuje, vyvine novou identitu a tu po testování implementuje.
- Výstupem projektu je tedy zmíněné vizuální řešení marketingového problému.

1. Proximita
2. Zarovnání
3. Opakování
4. Kontrast
5. Prostor



- Proximita, neboli blízkost, znamená seskupování elementů dohromady tak, aby vedly čtenáře k různým aspektům vizuálního sdělení.
- Váš design může mít mnoho čistého prostoru, avšak když prvky nejsou seskupeny správně, čistý prostor bude mít minimální efekt.

• Princip proximity:



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>



- Vizitka vlevo má mnoho čistého prostoru – její elementy jsou organizované a můžeme říct, že vizitka není „přepřácaná“. Prvky na ní však nejsou seskupeny logicky, takže konečný efekt je velmi slabý. Čtenář je nucen vizitku přezkoumat vícekrát.
- Oproti tomu má karta napravo mnohem příjemnější provedení. Čtenář letmým pohledem získá veškeré informace. Seskupení elementů na pravé vizitce je logičtější a přehlednější.

- Dalším velice důležitým principem je zarovnávání elementů do estetického, a především přehledného uspořádání.
- Mnoho uživatelů rozličných grafických programů často řeší rozvržení stránky tak, že zarovnají vše na střed.
- Toto rozvržení ale působí poměrně nezáživně.

• Princip zarovnání:



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>



- Plakát vlevo pracuje s úpravou zarovnání na střed.
- Jak je vidět na příkladu, s množstvím textu se toto zpracování vypořádává jen těžko.
- Na první pohled je plakát nepřehledný a pozorovatel musí vynaložit jistou snahu, aby text dočetl.
- Stává se tak pro cílovou skupinu naprosto nezajímavým.

- Stejně jako použití opakujících se slok v písni, tak i opakující se prvky v grafickém designu jsou přirozeně přitažlivé.
- U příkladu níže je použit jak běžný odrážkový seznam, tak i prvek zaobleného čtverce opakující se napříč designem celého letáku.

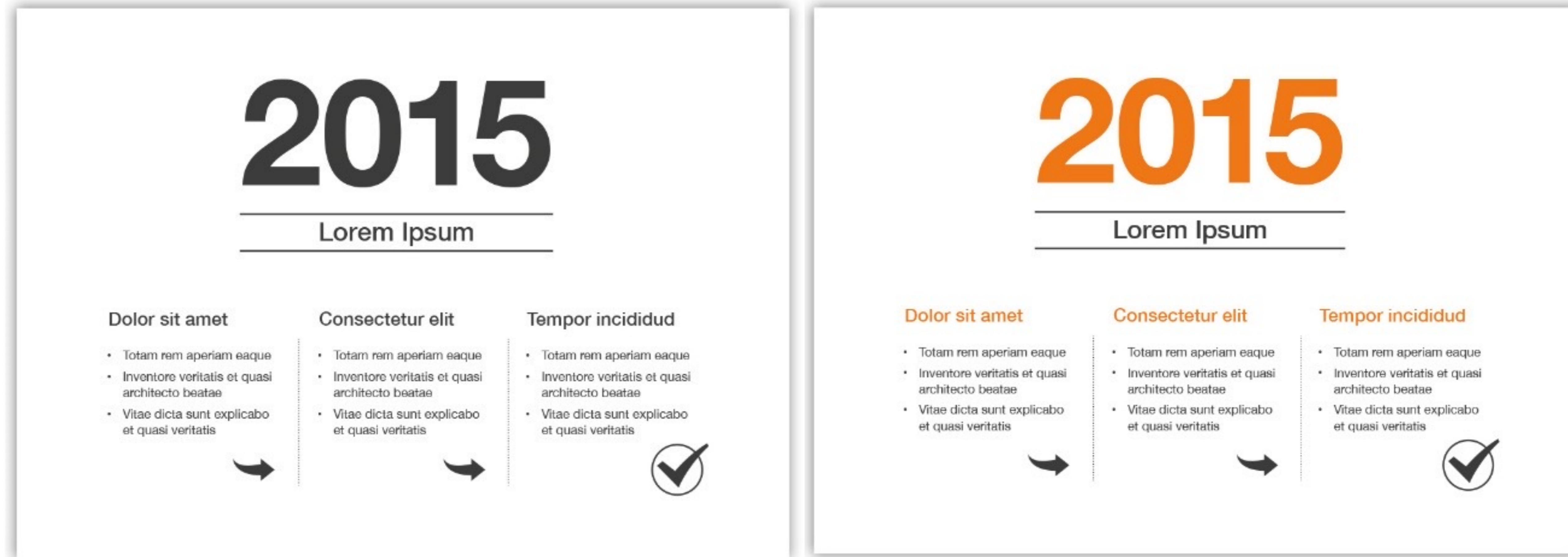
• Princip opakování:



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>

- Opakování těchto geometrických elementů vytváří odvážnější projev.
- Obecně se tedy dá říci, že opakování dodává konkrétním prvkům v designu důraz a přitahuje na ně čtenářovu pozornost.

• Princip kontrastu:



2015
Lorem Ipsum

Dolor sit amet

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

Consectetur elit

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

Tempor incididunt

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

2015
Lorem Ipsum

Dolor sit amet

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

Consectetur elit

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

Tempor incididunt

- Totam rem aperiam eaque
- Inventore veritatis et quasi architecto beatae
- Vitae dicta sunt explicabo et quasi veritatis

Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>



- Kontrast mezi jednotlivými elementy dává prezentaci vyniknout. K ukázce nám nejlépe poslouží opět příklad (předchozí snímek). Prvky na návrhu jsou pěkně seskupeny dohromady, zároveň jsou výrazně zarovnaný a dobře použito je i šipek a odrážkového seznamu.
 - Ačkoliv vidíme dobrou práci s typografií a zajímavého kontrastu máme již docíleno efektivní prací s velikostmi a řezy písma, pro některé účely by mohl být takovýto design poněkud plochý. Přidáním barevného kontrastu učiníme návrh výraznějším a upozorníme na důležité části prezentace.
-

- Všimněme si ještě dalšího kontrastu: obě šipky v návrhu směřují k symbolu potvrzení v kruhu, který nám zasílá jednoznačnou vizuální zprávu.
- Pro přidání ještě většího kontrastu je ideální, aby barva těchto prvků byla také změněna.



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>

- Vytvoříme-li ještě funkční kontrast s pozadím, z jednoduchého návrhu nám vzniká zajímavá aplikace s podtržením důležitých částí sdělení.
- Kontrast v designu všeobecně j určující pro líbivost i přehlednost. Vždy je však potřeba mít na mysli, že „méně je více“ a držet se určitého konceptu a linie.



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>



- Využití prázdného místa (tzv. White Space) bývá často silnou designérskou zbraní.
- Záleží samozřejmě vždy na formě prezentace. Všeobecně ale platí, že pokud chceme vytvořit jednoduché, přímé sdělení, je vhodné odlišit se nějakým způsobem od standardu.
- V záplavě informací, které můžeme v řadě grafických návrhů v současné době nalézt, je čistý prostor přesně to, co dělá prezentovanou zprávu jasnější a srozumitelnější

Principy grafického designu - prázdné místo



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

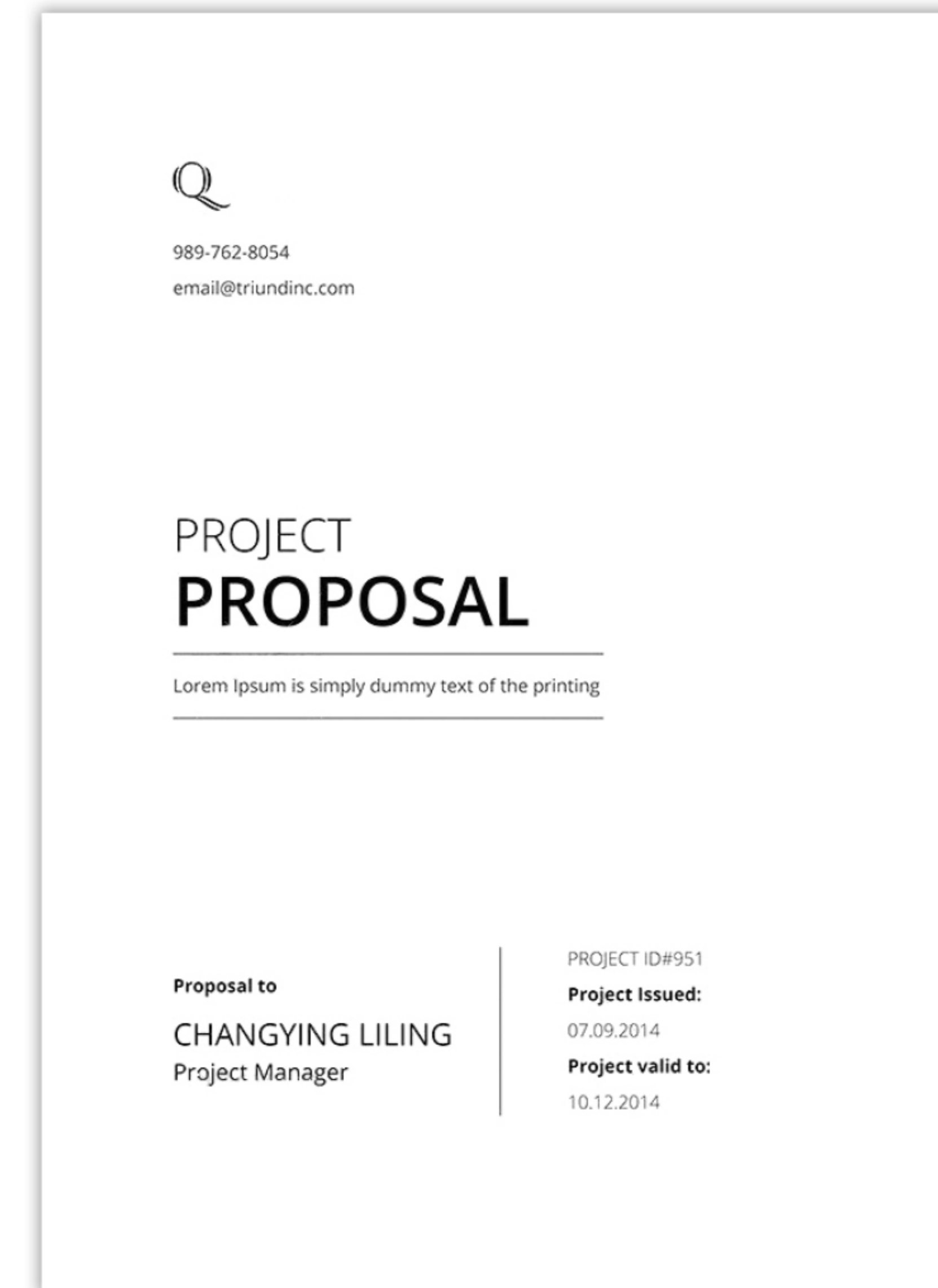
- Čtenář dané vizitky vidí na první stránce nejprve grafický element a pak název společnosti.
- Na druhé stránce pak zcela jednoduše najde jméno majitele, pracovní pozici a následně již nejdůležitější kontaktní informace.
- Prvky na vizitce jsou příjemně vyvážené a přehledné.



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>

Principy grafického designu - prázdné místo

- Totéž platí i pro tuto titulní stránku zadání projektu.
- Prázdný prostor poskytuje místo písmu nadpisu, grafickým prvkům i seskupenému textu.
- Navíc může být také velmi dobrou formou kontrastu. Jednoduchý závěr zní: Nebojte se prázdného místa ve svém designu.



Zdroj: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>

Úkol pro dvojice a trojice 15 minut

1. Proximita
2. Zarovnání
3. Opakování
4. Kontrast
5. Prostor

Najděte ke každému principu jednu ukázkou, ve které nebylo těchto principů dodrženo.

Připravte si ukázky a komentář k nim, který můžete v několika větách prezentovat kolegům.

- Prvním komponentem, bez kterého se žádná značka neobejde, je identita.
- Ta vyjadřuje vnitřní hodnoty společnosti, které evokují následnou image značky.
- Image pak dotváří symboly značky.





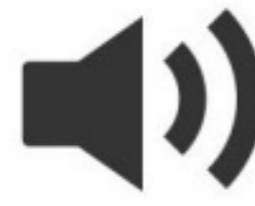









- Symboly značky jdou nad rámec grafického designu.
- „Symbol lze definovat jako jednoduchý, jasně rozpoznatelný prvek, který reprezentuje něco komplikovanějšího. V našem případě značku. Logo je pouze jedním z mnoha symbolů a značku rozhodně nedělá. Barvy, písmo, slogan a další grafické prvky jsou také symboly, ale stačí se jen chvíli dívat na úspěšné značky a všimnete si, že disponují celým arzenálem symbolů, o které důsledně a hlavně dlouhodobě pečují.“

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/08/symboly-znacky-aneb-spolecna-rec-vyzkumnika-s-grafikem/>

Symbole značky



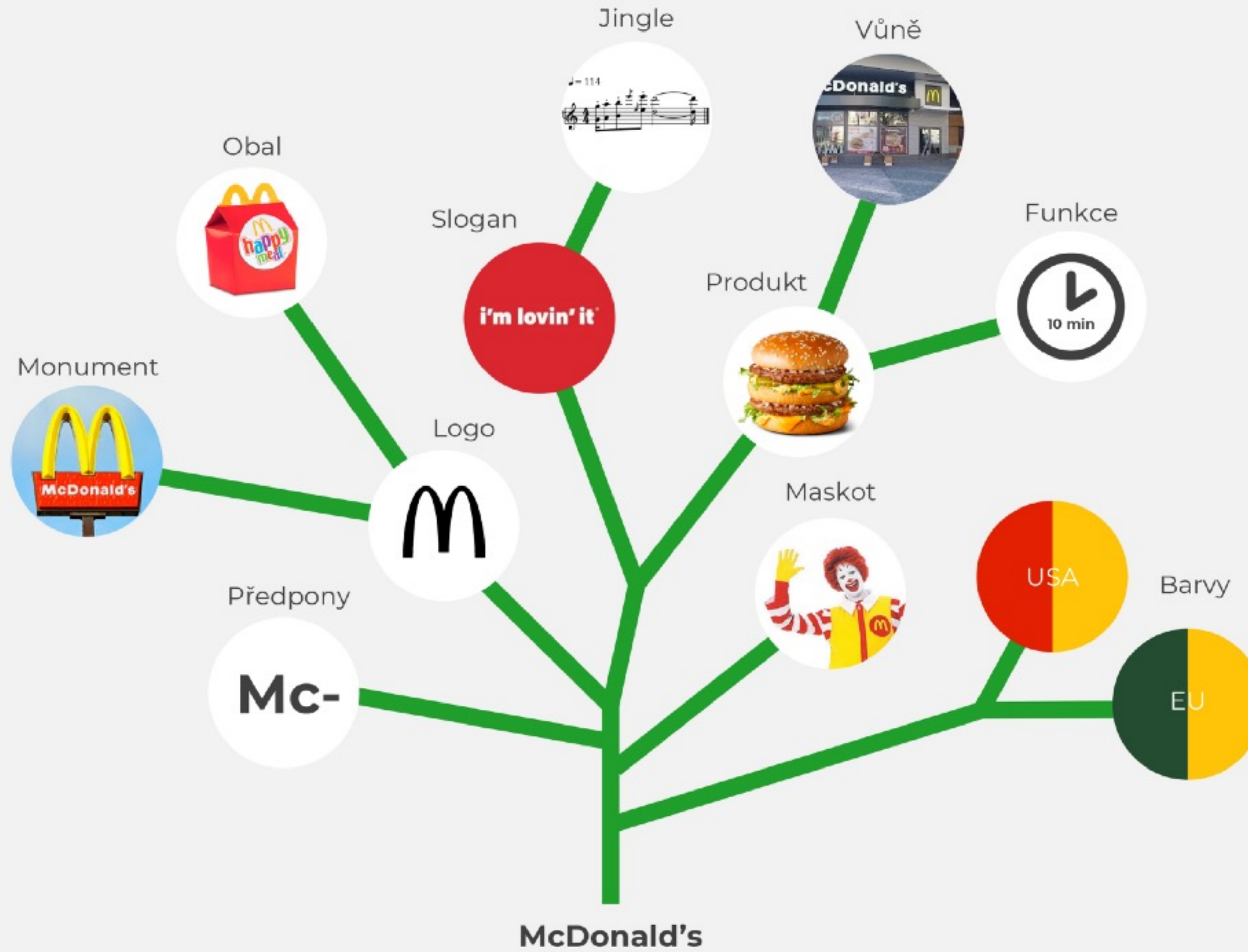
SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

<p>Tvar</p>  <p>BMW IKEA</p>	<p>Postava</p>  <p>ALZA VODAFONE</p>	<p>Číslo</p>  <p>DVOJKY to uměj za míň CZC.CZ</p>	<p>Obal</p>  <p>STELLA ARTOIS MATONNI</p>	<p>Melodie</p>  <p>FAMILY FROST</p>
<p>Barva</p>  <p>AIRBANK MC DONALD'S</p>	<p>Věta, slovo</p> <p><i>I banku můžete mít rádi</i> Fofola</p> <p>AIRBANK KOFOLA</p>	<p>Celebrita</p>  <p>AIRBANK</p>	<p>Vzor</p>  <p>BEHAVIO KOFOLA</p>	<p>Funkce, fakt</p> <p>Šestkrát destilovaná Bifidus Activ</p> <p>AMUNDSEN ACTIVIA</p>
<p>Vizáž, oblečení</p>  <p>DONALD TRUMP HNUTÍ ANO</p>	<p>Produkt</p>  <p>APPLE MC DONALD'S</p>	<p>Logo</p>  <p>NIKE APPLE</p>	<p>Prostředí</p>  <p>RC COLA</p>	<p>Aktivita</p>  <p>RED BULL</p>
<p>Příběh</p> <p>V roce 1960 se doktor Foltýn pokoušel objevit lásku a vynalezl Kofolu.</p>	<p>Místo</p>  <p>IKEA</p> <p>PARIS L'OREAL</p>	<p><i>a mnoho dalšího ...</i></p> <p>Písmo Událost Vůně Nápis na chodníku Hlas Červený Brexit autobus</p>	<p>Vlastnost</p> <p><i>rychlá, kvalitní, levná</i></p> <p>Tyto obecné asociace si mozek zákazníka spojí s vaší značkou právě jen skrze nějaký konkrétní symbol.</p>	<p>Argument</p> <p><i>Jsme kvalitní, protože blabla...</i></p> <p>Racionální argumenty se špatně ukládají do paměti a značku posilují minimálně.</p>

Symbyly značky



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Symboly značky



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Přiřadili správně k čokoládě
Kinder?



Přiřadili správně k čokoládě
Toblerone?



Přiřadili správně k čokoládě
Lindt?



Přiřadili správně k čokoládě
Milka?

Úkol pro dvojice a trojice 15 minut



Vyberte jednu ze silných značek, které nebyly uvedeny v příkladech a analyzujte její symboly.

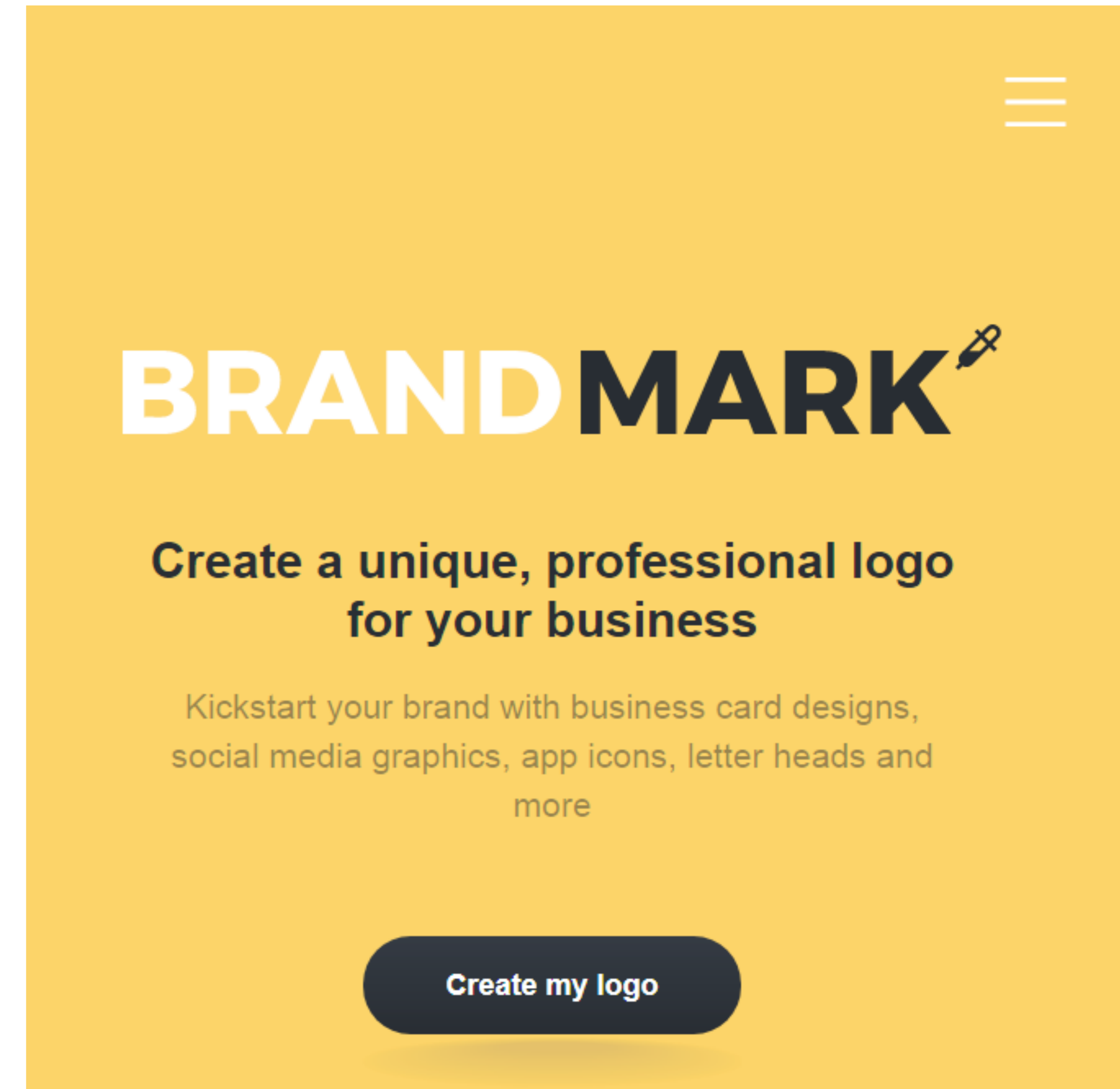
Připravte krátké představení s vysvětlením jaké symboly jsou důležité a proč.

- Pokud si spojujete značku s konkrétní produktovou kategorií, je to první krok úspěšného brandingů.
- Tím druhým je pak to, zda ve vás daná značka vyvolala určité pozitivní asociace.
- Jako nástroj fungují také hmotné komponenty identity značky a tím jsou:
 - **Název / logo / písmo / tvary / barvy**

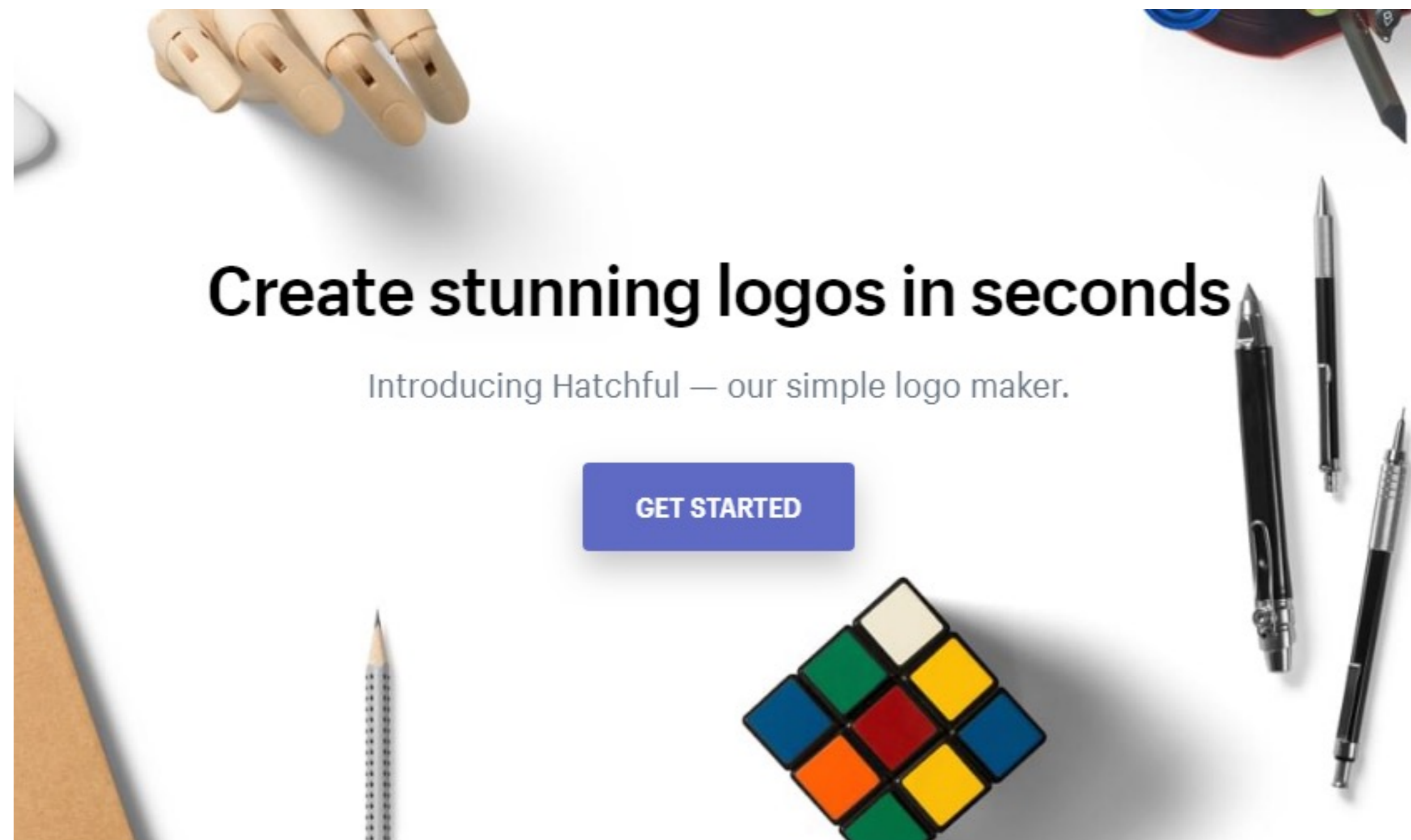
- Logo - Reprezentuje vizuální ztvárnění grafického prvku, který může obsahovat tvary, objekty, text nebo symboly.
- Zásadní pro budování identity značky je rozpoznatelnost loga.

- Inspirace a tip: Brandmark

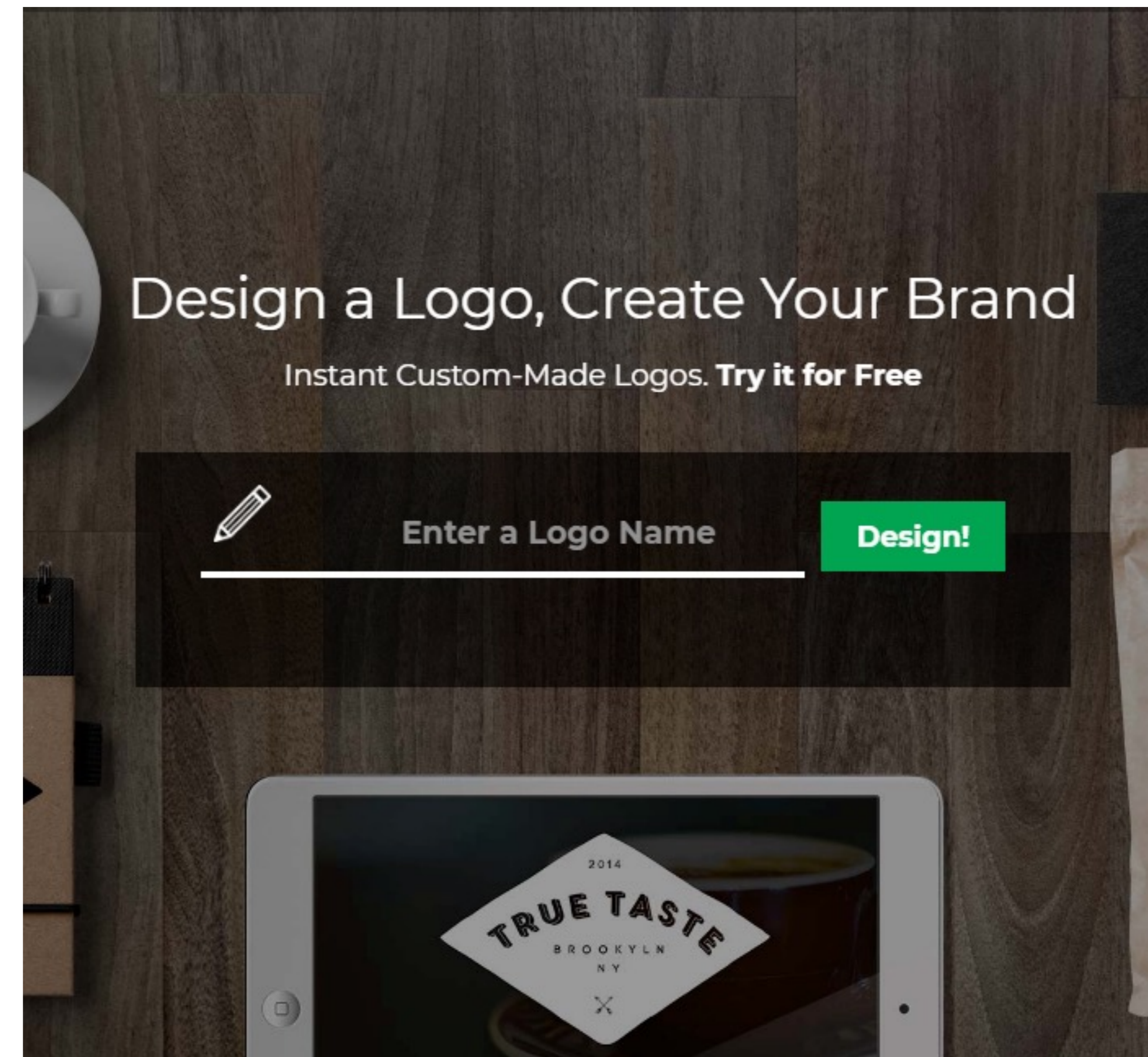
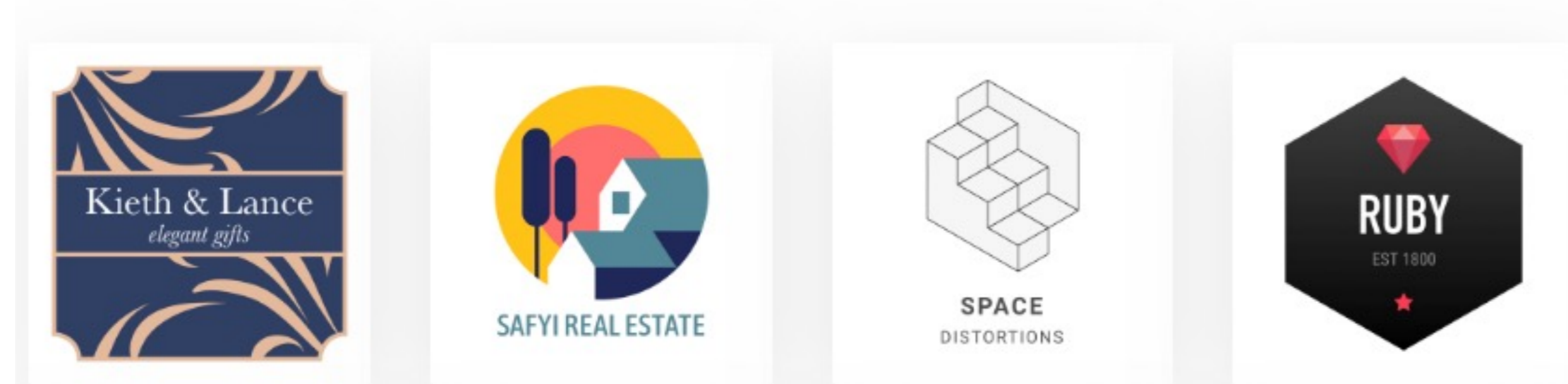
- Dnes již existují webové stránky, kde tvorbu loga provede umělá inteligence za vás. Na základě parametrů, které zadáte vygeneruje během několika vteřin nové logo.
- Pro náročnější projekty je ale dobré pracovat s lidmi, grafiky, kteří mají schopnost se do zadavatele vcítit.



• Další inspirace a tip: [Hatchful](#) a [Tailorbrands](#)



Design a logo from hundreds of templates



- Stejně jako pečlivě vybraný název i barva nese vnitřní význam.
- Ten se stává ústředním bodem identity značky, přispívá k rozpoznání značky a komunikuje požadovaný image.



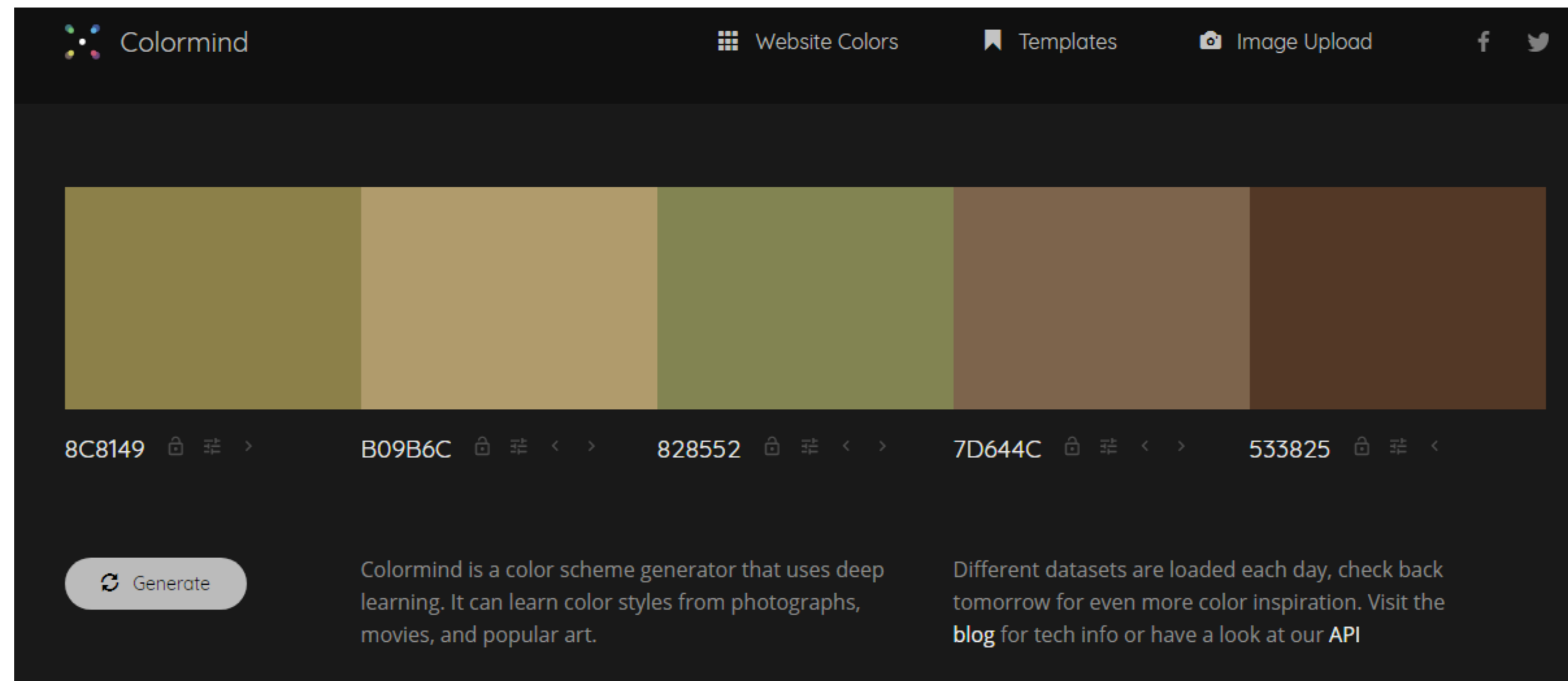
- Význam jednotlivých barev pro psychologii

barva	význam
červená	vzrušení, nebezpečí, dominance, energie, zdraví, život, láska, síla, obrana, stimulace, aktuálnost
oranžová	dostatek, vzrušení, pohodlí, veselost, spokojenost, bezpečí, senzualita, teplo
žlutá	vzrušení, veselost, sebedůvěra, kreativita, přátelskost, optimizmus, upřímnost, usměvavost
zelená	klid, pohodlí, harmonie, zdraví, naděje, příroda, mír, prosperita, pohoda, bezpečí, upřímnost, jemnost
modrá	klid, pohodlí, kompetence, studenost, povinnost, efektivita, inteligence, logika, důvěra, bezpečí, úspěch
fialová	autentičnost, šarm, exkluzivita, luxus, kvalita, královské, spiritualita
růžová	ženskost, šarm, jemnost, opatrování, hebkost, hřejivost
hnědá	příroda, venkov, spoleh, drsnost, bezpečí, podpora, houževnatost
černá	důstojnost, efektivita, elegance, emocionální bezpečí, síla, bohatství, státnost
bílá	klid, jednoduchost, čistota, upřímnost, hygiena, nevinnost

Zdroj: <https://www.ilincev.com/psychologie-barev-jak-spravne-vybrat-barvu-loga-tlacitka-nebo-reklamy>

• Inspirace a tip: Colormind

- Colormind je generátor barevných schémat, který využívá umělé inteligence. Stačí generovat a případně oblíbenou barvu uzamknout a hledat k ní další komplementární barvy.



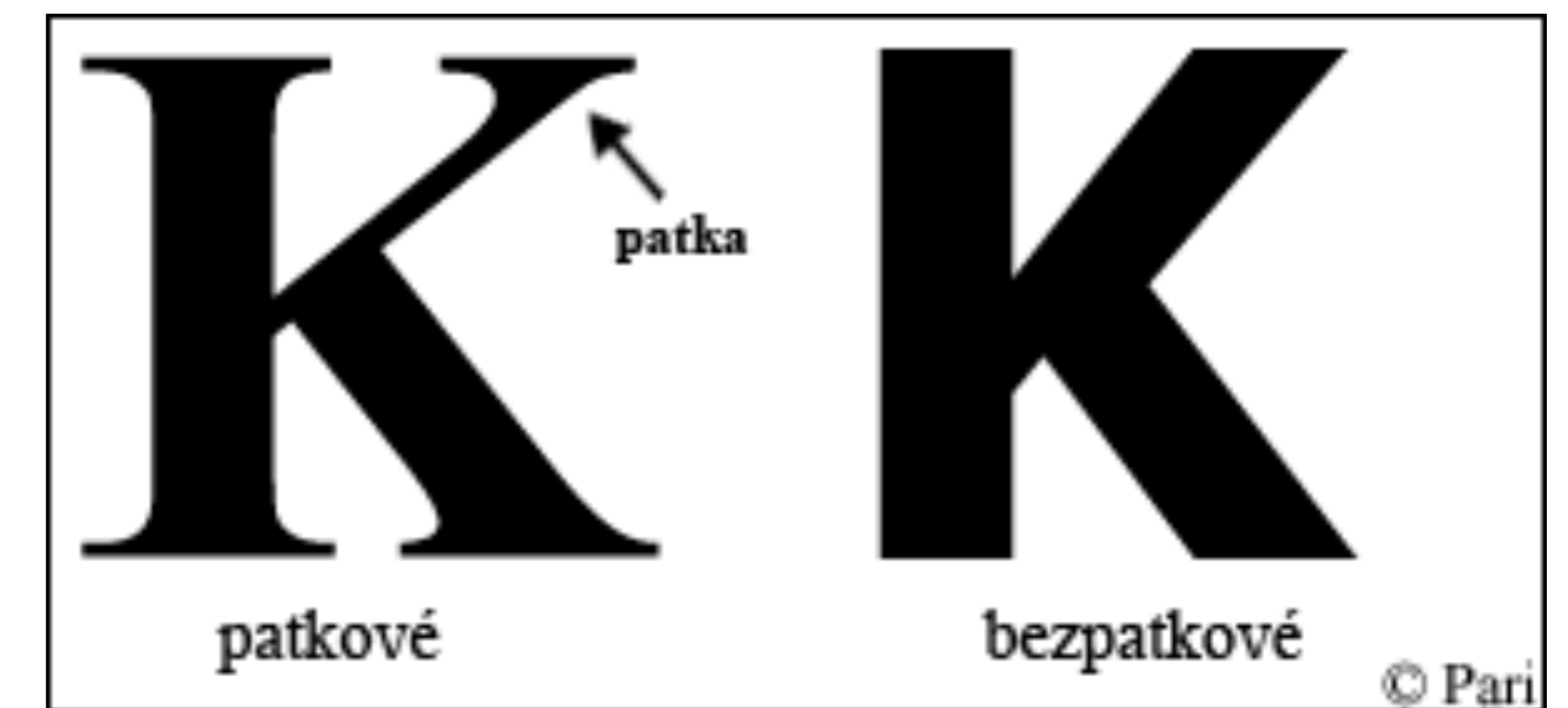
Vizuální identita značky - barvy



- Výzkum ukázal, že modrá se používá v logu více než 75% značek kreditních karet v logu 20% značek rychlého občerstvení.
- Další výsledky v obrázku:



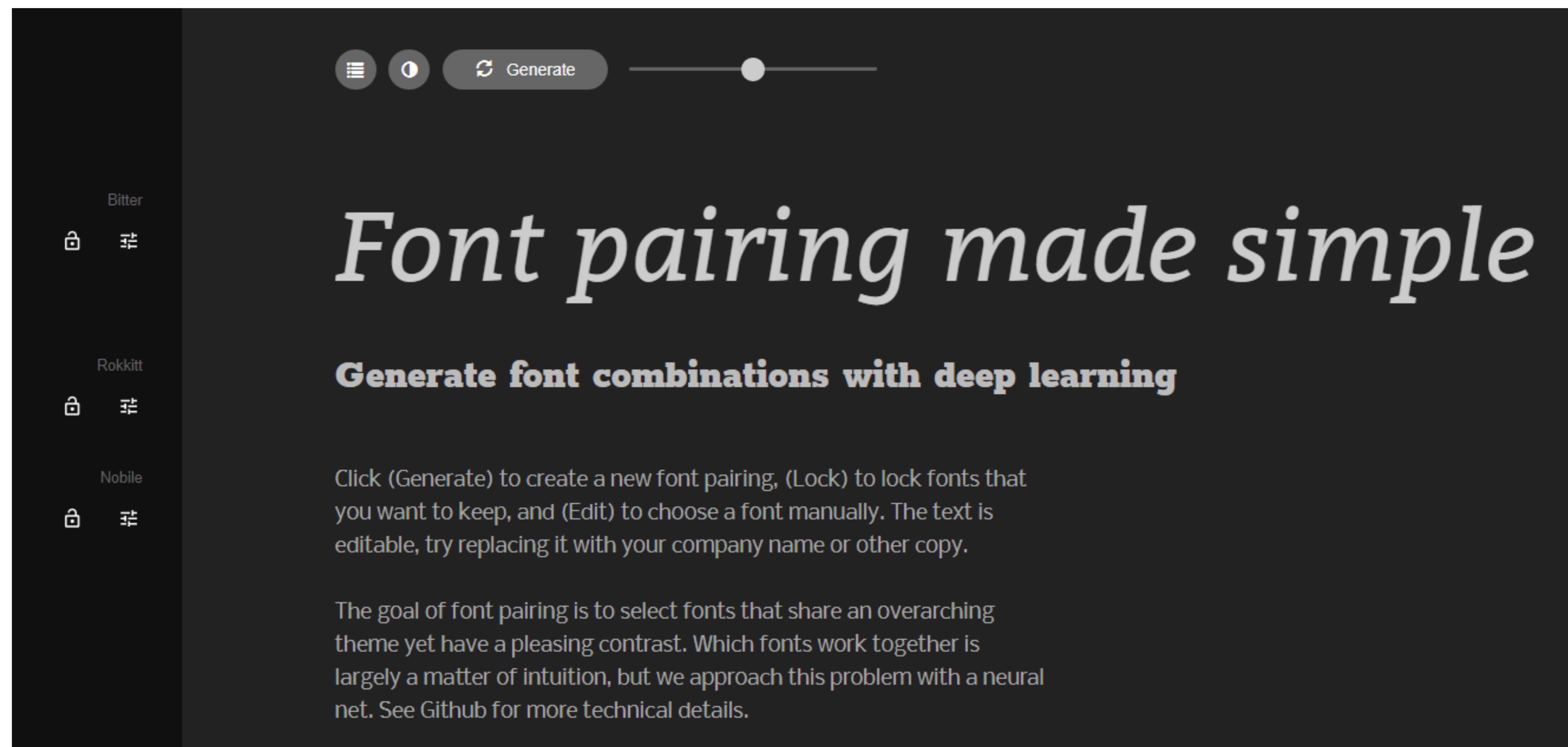
- Písmo je dalším důležitým komponentem identity značky.
- Budete ho používat na webu, v reklamě, v prezentacích na vizitkách nebo ve výroční zprávě. Všude chcete být konzistentní a budovat jednotnou image značky.
- Rozhodnout se budete muset nad tím, zda chcete písmo **patkové** či **bezpatkové**.
 - Bezpatkové je vhodné pro nadpisy a slogany, patkové spíše do souvislého textu jako jsou knihy.
- [Společnost Intel si například nechala vytvořit vlastní originální font.](http://blog.pari.cz/96/patkove-vs-bezpatkove-pismo)



Zdroj: <http://blog.pari.cz/96/patkove-vs-bezpatkove-pismo>

- Inspirace a tip: [Fontjoy](#)

- Webová stránka Fontjoy je dalším z řady generátorů, které mohou výrazně usnadnit práci při přípravě vizuální identity. Spojí k sobě tři typy písma pokud potřebujete pro nadpis, podnadpis i text různé fonty.



Oblasti využití grafické práce



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

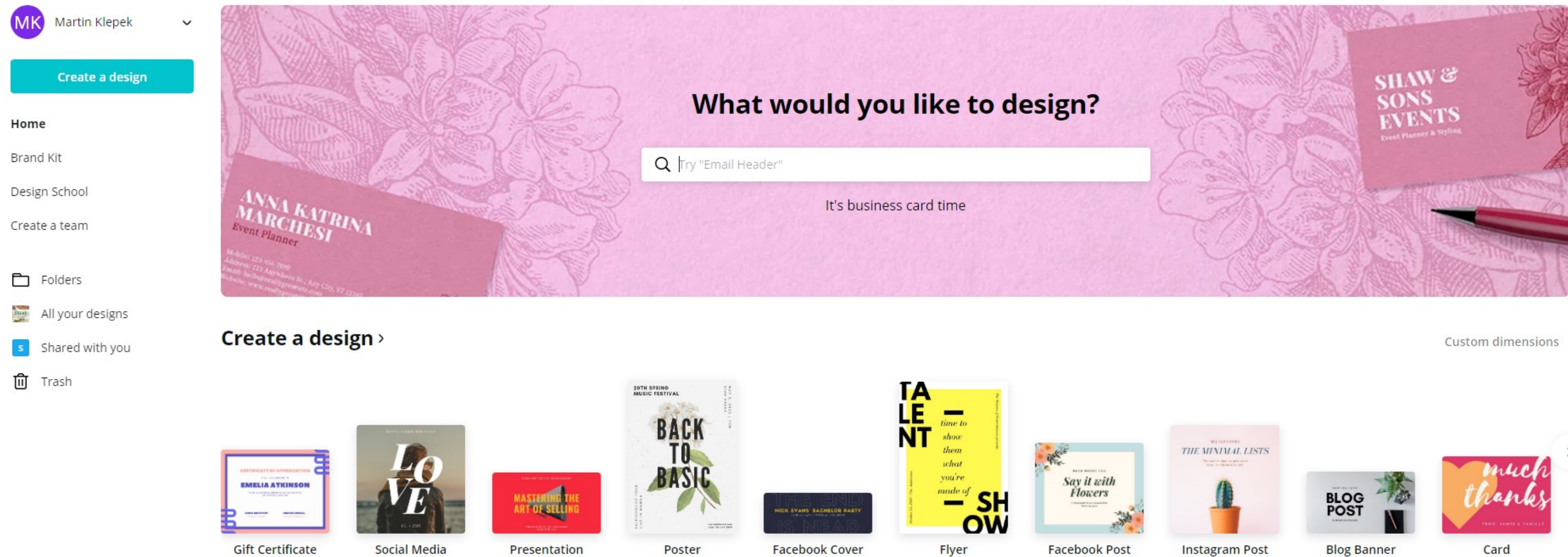
- Billboard
- Leták
- Web
- Vizitka
- Obal produktu
- Etiketa produktu
- Prezentace
- Výroční zprávy



Zdroj: <https://designbundles.net/omegalabs/139220-branding-identity-stationery-pack>

- Canva je jednoduchá grafický editor, který je dostupný pomocí internetového prohlížeče.
- Není nutné jej tedy instalovat do počítače, vše co potřebujeme je přihlásit se pod svým mailem a internetové připojení.
- Poskytuje zdarma řadu vzorů a přednastavených šablon: dárkové poukazy, prezentace, posty na Facebook, letáky úvodní fotky k blog, vizitky.

• Prakticky si nyní práci v aplikaci ukážeme



The screenshot shows the Canva application interface. On the left, there is a navigation menu with the user profile 'MK Martin Klepek' and a 'Create a design' button. Below this are links for 'Home', 'Brand Kit', 'Design School', 'Create a team', 'Folders', 'All your designs', 'Shared with you', and 'Trash'. The main area features a large pink background with floral patterns and a search bar containing the text 'Email Header'. Below the search bar, there are several design templates categorized under 'Create a design >'. The templates include: Gift Certificate, Social Media, Presentation, Poster, Facebook Cover, Flyer, Facebook Post, Instagram Post, Blog Banner, and Card. A 'Custom dimensions' link is also visible on the right side of the template grid.

Shrnutí přednášky



- V této kapitole jsme si představili základní principy grafického designu. Hovořili jsme o proximitě, tedy blízkosti jednotlivých prvků a jejich uspořádání. Dále o zarovnání, které může mít vliv na celkové vnímání vizuálu. Opakování byl další princip, kterým můžeme grafiku vylepšit a osvěžit své návrhy. Kontrast používáme pro zdůraznění hlavních prvků designu. Může to být odlišením velikosti nebo barvy prvku. Princip práce s prostorem a prázdným místem dá vyniknout důležitým částem návrhu.
- Následně jsme si vysvětlili, co je vizuální identita značky a jak zapadá do celkové koncepce identity značky. Víme, že ji tvoří logo, písmo, barvy, tvary ale také název. Ten jsme ale detailně nerozebírali, jelikož je jeho tvorba součástí jiných kapitol.