



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

---

# PRINCIPY GRAFICKÉHO DESIGNU

Mediální marketing – přednáška 1

Doc. Ing. Martin Klepek, Ph.D.



# PROČ SE VĚNOVAT TÉTO OBLASTI?

---

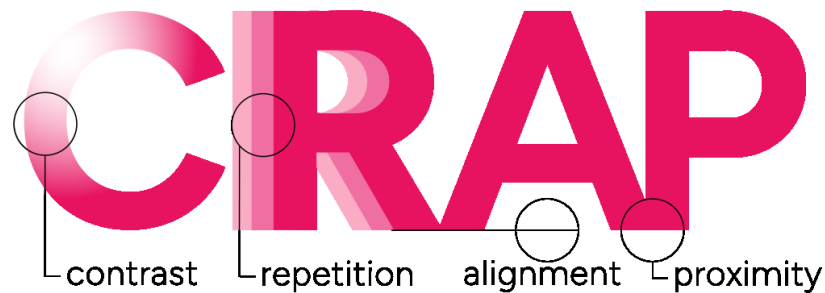
- 🌀 V dnešní době existuje mnoho nástrojů pro tvorbu vizuální komunikace značek, které nahrazují činnosti, jež jsme před několika málo lety museli zadávat grafikům.
- 🌀 Neznamená to, že by práce profesionálního grafika ztratila hodnotu, nebo že bychom se bez jeho pomoci obešli. Ba naopak. Posun v odvětví 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.



# PRINCIPY GRAFICKÉHO DESIGNU

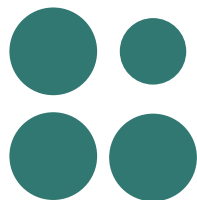
---

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

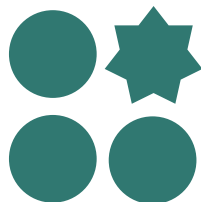


# KONTRAST

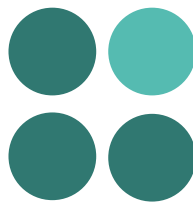
---



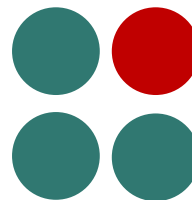
Velikost



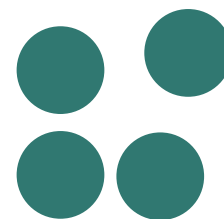
Tvar



Odstín



Barva



Proximita



# KONTRAST

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

# KONTRAST

---


 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 zarovnány a dobře použito je i šipek a odrážkového seznamu.

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



# KONTRAST

---


 **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.**

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



# KONTRAST

---

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



# PROXIMITA

---

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

And you will read this last

---

# You will read this first



And then you will read this

Then this one



# PROXIMITA

---

-  Tato zásada říká, že související prvky by měly být seskupeny tak, aby byly vnímány jako skupina, a ne jako několik nesouvisejících prvků.
-  Publikum bude předpokládat, že položky, které nejsou v designu blízko sebe, spolu úzce nesouvisí. Publikum bude mít přirozeně tendenci seskupovat podobné položky, které jsou blízko sebe, do jednoho celku.

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



# PROXIMITA

Masarykova 3, Brno (+420) 123-456-789

## Vous & syn

www.vousasyn.cz

info@vousasyn.cz

## Vous & syn

Masarykova 3, Brno  
(+420) 123-456-789

info@vousasyn.cz



www.vousasyn.cz

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



# PROXIMITA

---

-  Vizitka vlevo má mnoho čistého prostoru – její elementy jsou organizované a můžeme říct, že vizitka není „přeplácaná“. 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.

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



# PROXIMITA

---

Principles of Presentation Design:  
Tips on how to think like a graphic designer  
By Less Nessman  
Director of UX Design Institute



## Principles of Presentation Design

Tips on how to think like a graphic designer

**Less Nessman**  
Director of UX Design Institute



# PROXIMITA

---

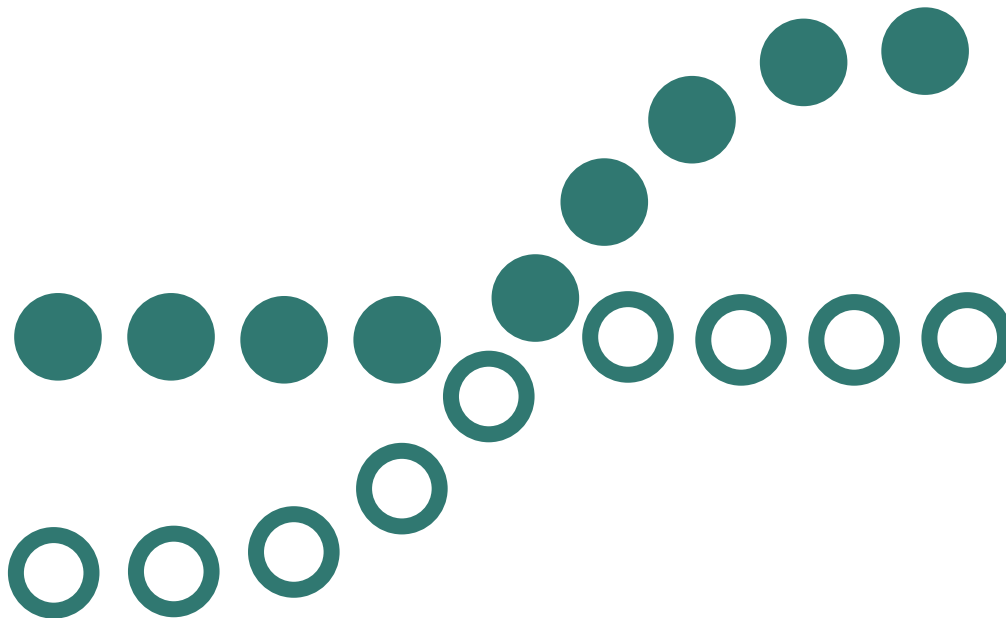


Logo Unilever je dobrý příklad proximity. Logo vnímáme jako celek ne jako jednotlivé individuální tvary.



# PROXIMITA

---



Naše mysl zároveň velmi ráda sleduje určité vzory (patterny) které v našem okolí vidíme.





# PROXIMITA

---



- 🦋 **Využití prázdného místa (tzv. White Space) bývá často silnou designéřskou 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**

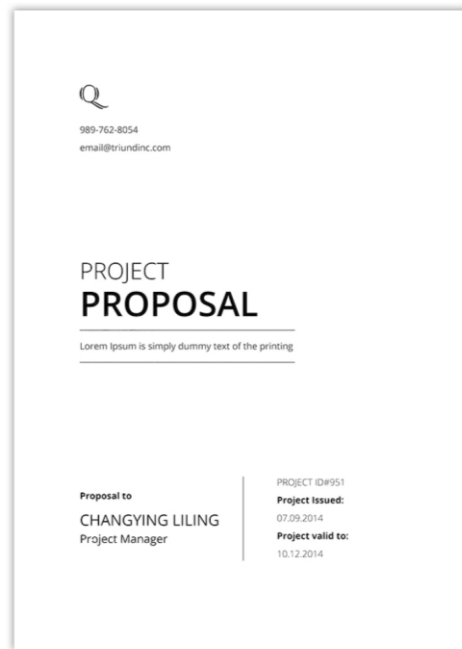
Zdroj případovky: <https://www.shockworks.eu/cz/5-nejdulezitejsich-principu-grafickeho-designu>



# PROXIMITA

---

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



# PRINCIP OPAKOVÁNÍ

---

-  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.

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



# PRINCIP OPAKOVÁNÍ

**SOFTWARE DEVELOPMENT EUROPE**  
WWW.SDEUSA.COM

## SOFTWARE SOLUTIONS

**We Understand Your Needs**

We provide collaborative solutions to assist companies in developing Web and Mobile Applications, Embedded Software and Test Automation. Our goal is to provide the technical expertise and software developer to complete your projects timely with minimal cost.

**Core Competencies**

- ✓ **IBM** – Java, JEE, Ruby, C/C++, Web and Mobile Applications, Embedded Linux, Database, Test Automation, etc.
- ✓ **SCRUM** & Agile software development process
- ✓ **Selected Verticals** – Healthcare, Financial Services, Mobile, Energy, IT, Social Networks, Security, Education, Transportation, Food

**19+ CREDENTIALS**

- 10+ years successful business
- Strong business in Computer Science

**COMMUNICATION**

- Strong English skills
- 4 hour time difference

**COST SAVINGS**

- Significant cost savings
- Low turnover

**CLIENTS**

- Oracle, Mediatech, Sarsat
- Fujitsu, NCR, PPTC, etc.

Getting started. ✓ Start with Next Project of 2 to 3 Engineers for 3 months. Then decide on how to move forward.

## WHY BRNO? CZECH REPUBLIC

800,000 Metro population

Strong in English language

Lower cost of operations

6 hrs difference in East Coast

80,000 Students, "College Town"

Strong in Science & Technology "Western education"

6 Institutes of Higher learning

Western laws & culture, democracy, part of EU since 2004

Key US companies present in Brno Czech Republic

IBM 2,500+ / Red Hat 500+ / Honeywell 700+ / NetScout 500+ / Accenture 700+ / AT&T / ABB / Siemens / Solarwinds

WWW.SDEUSA.COM  
+1-800-541-6824 | INFO@SDEUSA.COM



SLEZSKÁ UNIVERZITA

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



# PRINCIP OPAKOVÁNÍ

---

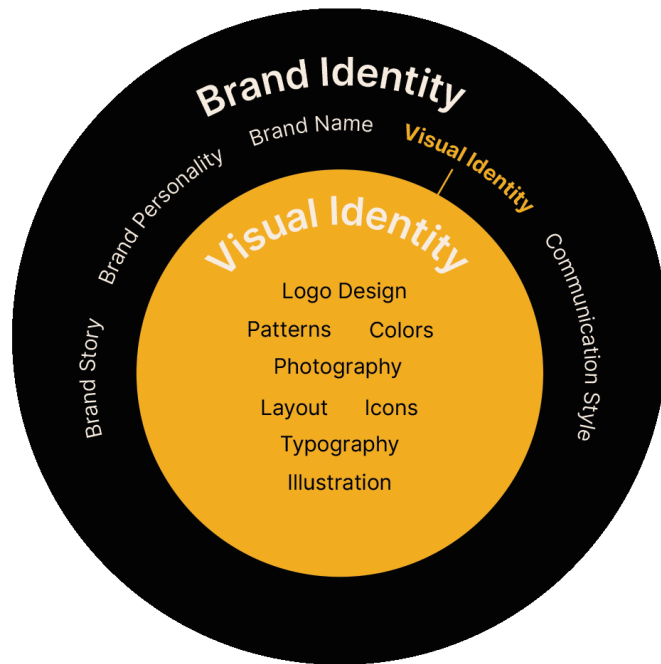
-  **Opakování těchto geometrických elementů vytváří odvážnější projev.**
-  **Obecně se tedy dá říci, že opakování dodává konkrétním prvkům v designu důraz a přitahuje na ně čtenářovu pozornost.**



# VIZUÁLNÍ IDENTITA ZNAČKY



---

- Prvkem bez kterého se žádná značka neobejde je vizuální identita.
- Firma musí rozhodnout jaké logo, barvy, obrázky, tvary, písmo, ikony, ilustrace a jiné bude používat při marketingové komunikaci se zákazníkem.
- Vizuální identita je jednou ze složek značky jako celku.



# VIZUÁLNÍ IDENTITA ZNAČKY

---

-  **Součástí konceptu vizuální identity jsou také symboly značky, které usnadňují zákazníkům značku rychle a efektivně rozpoznat v konkurenci jiných vizuálních sdělení.**
-  **Symboly značky ovšem nejsou pouze grafické povahy.**



## Tvar



BMW

IKEA

## Postava



ALZA



VODAFONE

## Číslo

VŠE ZA  
39,-

**DVOJKY**  
to uměj za míň

CZC.CZ

## Obal



STELLA ARTOIS



MATONNI

## Melodie



FAMILY FROST

## Barva



AIRBANK



MC DONALD'S

## Věta, slovo

*I banku  
můžete mít  
rádi*

AIRBANK

*Fofola*

KOFOLA

## Celebrita

AIRBANK



## Vzor

BEHAVIO



KOFOLA

## Funkce, fakt

*Šestkrát  
destilovaná*

AMUNDSEN

*Biffidus  
Activ*

ACTIVIA

## Vizáž, oblečení



DONALD TRUMP



HNUTÍ ANO

## Produkt



APPLE



MC DONALD'S

## Logo



NIKE



APPLE

## Prostředí



RC COLA

## Aktivita



RED BULL

## Příběh

V roce **1960** se doktor **Foltýn** pokoušel objevit **lásku** a vynalezl **Kofolu**.

## Místo



IKEA

PARIS

L'OREAL

*a mnoho dalšího ...*

Písmo

Událost

Vůně

Nápis na chodníku

Hlas

Červený Brexit autobus

## Vlastnost

*rychlá, kvalitní, levná*

Tyto obecné asociace si mozek zákazníka spojí s vaší značkou právě jen skrze

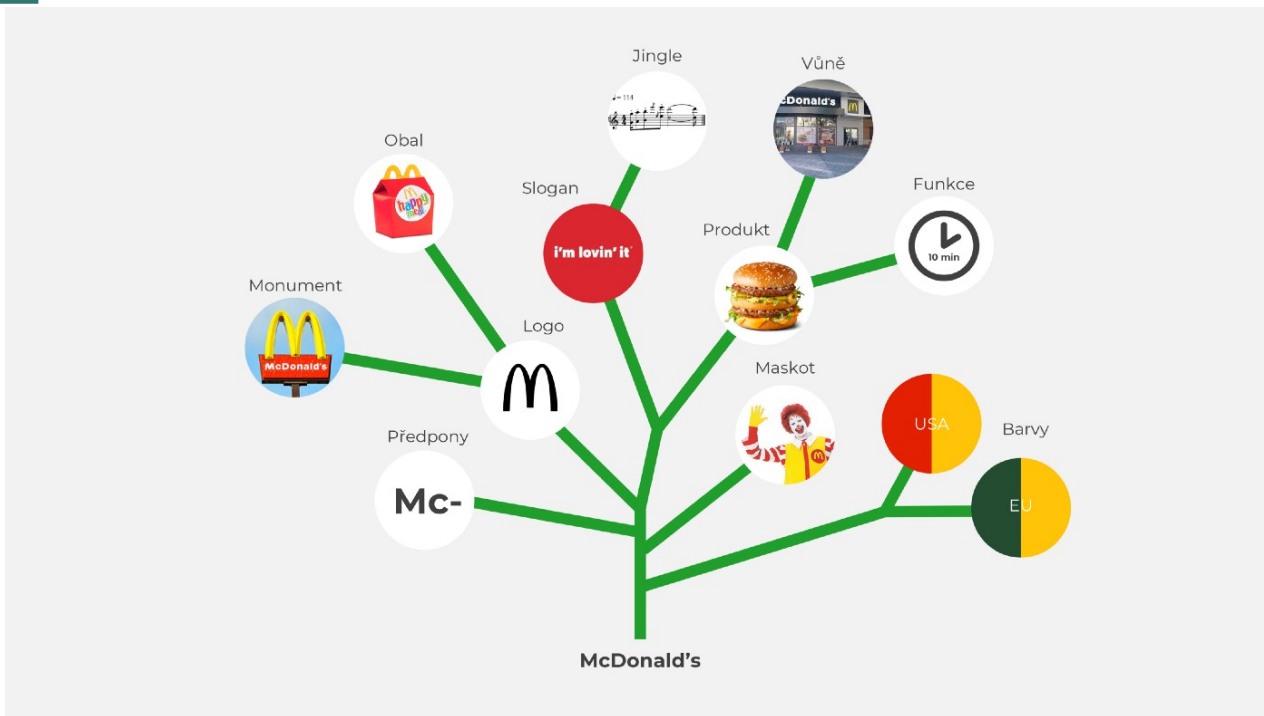
## Argument

*Jsmo kvalitní,  
protože blabla...*

Racionální argumenty se špatně ukládají do paměti



# SYMBOLY ZNAČKY

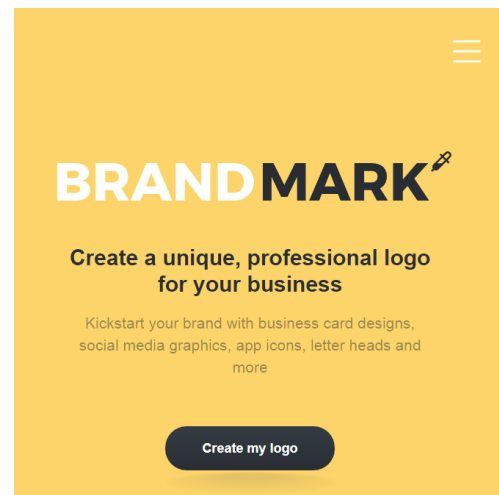


# LOGO

---

- 🎨 **Reprezentuje vizuální ztvárnění grafického prvku, který může obsahovat tvary, objekty, text nebo symboly.**
- 🎨 **Zásadní pro budování identity značky je rozpoznatelnost loga.**
- 🎨 **Dnes již existují webové stránky, kde tvorbu loga provede umělá inteligence za vás. Na základě parametrů, které zadáte vygeneruje během několika vteřin nové logo.**

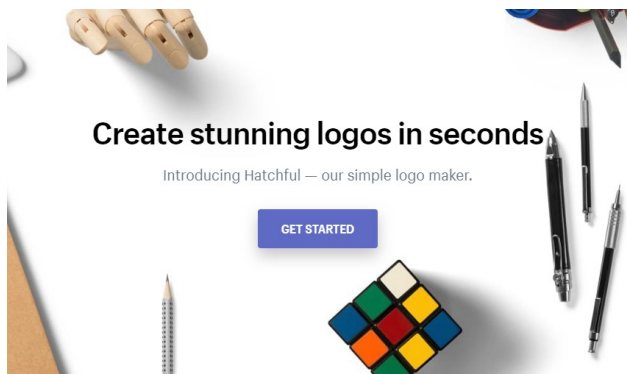
Inspirace a tip: [Brandmark](#)



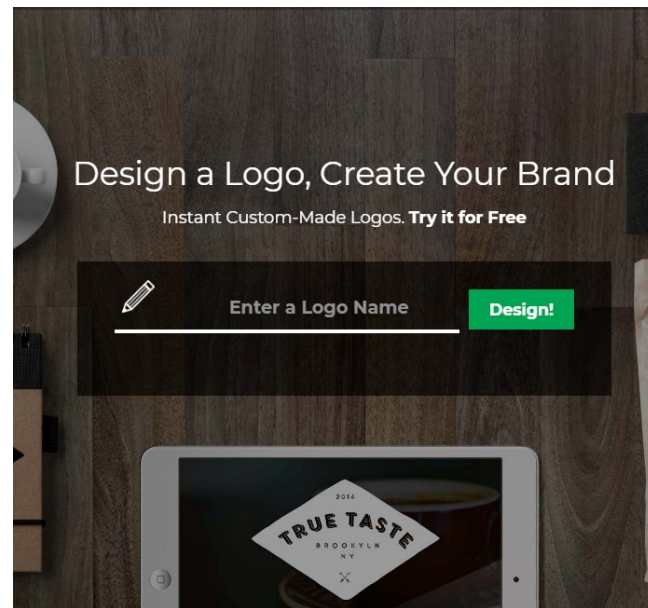
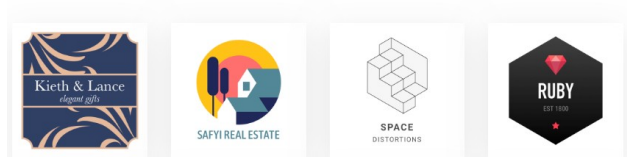
# LOGO

---

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



Design a logo from hundreds of templates



# BARVY

---

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

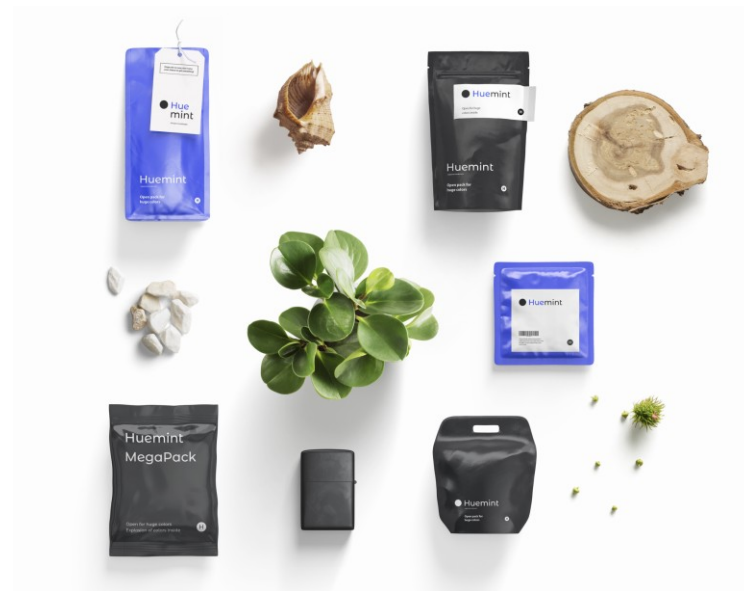
Zdroj: <https://www.ilincev.com/psychologie-barev-jak-spravne-vybrat-barvu-loga-tlacitka-nebo-reklamy>




# BARVY

---

- 🌿 **Inspirace a tip: [Huemint](#)**
- 🌿 **Huemint je generátor barevných schémat, který využívá umělé inteligence. Stačí generovat a případně oblíbenou barvu uzamknout a hledat k ní další komplementární barvy.**



# BARVY

 **Výzkum ukázal**, že modrá se používá v logu více než 75% značek kreditních karet v logu 20% značek rychlého občerstvení.

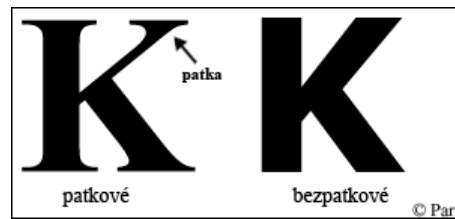
 Mezi Fortune 500 společnostmi také dominuje modrá a na druhém místě je červená.



# PÍSMO

---

- 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.






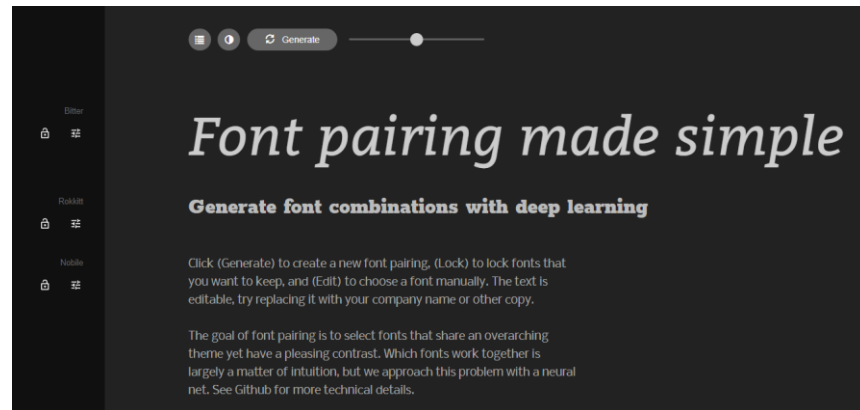
Zdroj: <http://blog.pari.cz/96/patkove-vs-bezpatkove-pismo>



# PÍSMO

---



-  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.





# SHRNUTÍ

---

-  V přednášce 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.
-  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.





**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



[www.slu.cz/opf/cz](http://www.slu.cz/opf/cz)

**DÍKY  
ZA POZORNOST**