

# DELTA

DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.

Ke Kamenci 151, 530 02 Pardubice

## **MATURITNÍ PROJEKT**

Portfolio firmy pro marketingové komunikace

**GASKO PRIM**

**Jméno a příjmení:** Adam Brejtr

**Třída:** 4.B

**Studijní obor:** Marketing

**Školní rok:** 2021/2022

# Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	<i>Adam Brejtr</i>
Školní rok:	<i>2021/2022</i>
Třída:	<i>3.B</i>
Obor:	<i>Informační technologie 18-20-M/01</i>
Téma práce:	<i>Portfolio firmy Gasko Prim pro marketingové komunikace</i>
Vedoucí práce:	<i>akad. mal. Daniel Václavík</i>

## **Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:**

Kompletní vytvoření grafických materiálů pro společnost Gasko Prim

Cíl je vytvoření:

- Grafický návrh logotypu
- Tvorba responsivního webu (v češtině i angličtině)
- Vytvoření stránek na sociálních sítích (Facebook, Instagram, YouTube)
- Promo fotky a videa
- Návrh bannerů
- Grafický návrh propagačních předmětů (letáky, vizitky, tužky atd.)
- Grafický návrh textilu (mikiny, trička)

## **Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):**

- do 30. září – studie, návrh logotypu
- do 31. října – návrh bannerů, grafický návrh propagačních předmětů, grafický návrh firemního textilu
- do 31. ledna 2021 – hotový responsivní web, stránky na soc. sítích, hotová videa a fotky
- do 31.3. – doladění maturitního projektu, dokumentace

Prohlašuji, že jsem maturitní projekt vypracoval samostatně, výhradně s použitím uvedené literatury.

V Pardubicích dne 31.3.2022

Děkuji akad. mal. Daniel Václavík za vedení mého maturitního projektu, jeho návrhy a veškerou jeho pomoc, dále děkuji spolužákům za jejich nápady a také děkuji firmě Gasko Prim za možnost spolupracovat.

## **Anotace**

Cílem maturitního projektu je navržení portfolia pro marketingové komunikace firmy Gasko Prim. Zejména navržení logotypu, webových stránek, promo produktů a sociálních sítí. Moje práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

## **Klíčová slova**

Webové stránky, grafické návrhy, logotyp, bannery, sociální sítě, letáky, vizitky, merch, fotografie, video

## **Annotation**

The aim of the graduation project is to design a portfolio for marketing communications of the company Gasko Prim. In particular design of logos, websites, promo products and social networks. My work is divided into theoretical and practical part.

## **Keywords**

Website, graphic designs, logo, banners, social media, flyers, bussiness card, merch, photos, video

# Obsah

Zadání maturitního projektu z infromatických předmětů.....	2
Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:.....	2
Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):.....	2
Anotace.....	5
Klíčová slova.....	5
Annotation.....	5
Keywords.....	5
Obsah.....	6
Úvod.....	9
1. O firmě.....	10
2. Použité technologie.....	10
2.1. Adobe Illustrator CC.....	10
2.2. Adobe Photoshop CC.....	10
2.3. Adobe InDesign CC.....	10
2.4. Adobe Photoshop Lightroom CC.....	11
2.5. Adobe Premiere Pro.....	11
2.6. Figma.....	11
2.7. PlaceIt.....	11
Teoretická část.....	12
3. Analýza potřeb.....	12
3.1. Analýza potřeb pro GASKO PRIM.....	12
4. Typografie.....	12
4.1. Typografie u logotypu.....	12
4.1.1. Typografie u logotypu Gasko Prim.....	13
4.2. Typografie u webových stránek.....	13
4.2.1. Typografie u webových stránek pro Gasko Prim.....	13
5. Psychologie Barev.....	14

5.1. Použité barvy pro Gasko Prim.....	14
6. Sociální síť .....	15
6.1. Facebook .....	16
6.2. Instagram.....	17
Praktická část.....	18
7. Logo .....	18
7.1. Logomanuál.....	18
7.1.1. Návrh logomanuálu .....	18
7.2. Návrh loga .....	18
8. Vizitka .....	19
8.1. Rozměry vizitek .....	19
8.2. Návrh vizitky pro Gasko Prim.....	20
9. Leták.....	21
9.1. Návrh letáků pro Gasko Prim.....	22
10. Reklamní banner .....	23
10.1. Rozměry bannerů .....	23
10.2. Návrh banneru pro Gasko Prim.....	24
11. Webové stránky.....	25
11.1. Návrh webové stránky pro Gasko Prim.....	25
11.1.1. Anglická varianta .....	25
11.1.2. Varianta pro počítač .....	25
11.1.2.1. Navbar .....	25
11.1.2.2. Návrh navbaru pro Gasko Prim.....	26
11.1.2.3. Header .....	26
11.1.2.4. Obsah.....	27
11.1.2.4.1. O nás.....	27
11.1.2.4.2. Novinky .....	28
11.1.2.4.3. Trénink .....	29
11.1.2.4.4. Galerie .....	30
11.1.2.4.5. Kontakty .....	31

11.1.2.5.	Footer .....	32
11.1.3.	Varianta pro mobilní zařízení.....	32
11.1.3.1.	Navbar .....	33
11.1.3.2.	Header .....	33
11.1.3.3.	Obsah.....	33
11.1.3.3.1.	O nás.....	34
11.1.3.3.2.	Novinky .....	35
11.1.3.3.3.	Galerie .....	36
11.1.3.3.4.	Trénink .....	37
11.1.3.3.5.	Kontakty .....	38
11.1.3.4.	Footer .....	39
12.	Merch .....	39
12.1.	Merch pro Gasko Prim .....	39
12.1.1.	Tričko pro Gasko Prim .....	41
12.1.2.	Propisky .....	42
12.1.3.	Hrnky.....	42
13.	Fotografie a videa.....	43
13.1.	Fotografie .....	43
13.1.1.	Použité vybavení .....	43
13.2.	Video .....	43
13.2.1.	Použité vybavení .....	43
Závěr.....		44
Citace.....		45
Seznam obrázků .....		47



# Úvod

Pro svůj maturitní projekt jsem si vybral vytvoření portfolia pro marketingovou komunikaci pro firmu Gasko Prim, a to hlavně z důvodu, že jsme přátelé s majiteli firmy a také mám ve velké oblibě psi.

Cílem mé práce je navrhnout kompletně nový logotyp s jednoduchým logomanuálem, vizitky, letáky, bannery, merch, nafotit fotografie, udělat alespoň jedno video, sociální sítě a webové stránky v české a anglické verzi pro počítač a mobilní zařízení, aby firma měla lepší prezentaci a mohli prorazit více do světa.

Teoretická část obsahuje seznámení s firmou, popis použitých technologií, analýzu potřeb, teorii o typografii a psychologii barev. V praktické části jsou vyhotovené grafické návrhy.

# 1. O firmě

Gasko Prim je malá rodinná firma z Hradce Králové, která je zaměřena na chov, výcvik a následný prodej psů, zejména rasy Border kolie. Firma je sice Česká, ale navštěvují převážně zahraniční soutěže, kde se velmi často umisťují na stupni vítězů.

## 2. Použité technologie

### 2.1. Adobe Illustrator CC

Adobe Illustrator je standardní software pro tvorbu vektorové grafiky. Umožňuje vytvářet digitální grafiky, ilustrace a typografii pro všechny druhy médií: tisk, web, interaktivní obsah, videa a mobilní zařízení.[1] Program byl použit na návrh loga a veškerých promo produktů (vizitky, letáky atd.).



Obrázek 1 Adobe Illustrator Logo  
Zdroj: [5]

### 2.2. Adobe Photoshop CC

Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky (např. fotografií) vytvořený firmou Adobe Systems.[2] Tento program byl zvolen převážně kvůli příjemnému pracovnímu prostředí a multifunkčnosti programu a byl využit na návrhy mockupů, případně na složitější úpravy fotografií.



Obrázek 2 Adobe Photoshop Logo  
Zdroj: [6]

### 2.3. Adobe InDesign CC

Adobe InDesign je profesionální aplikace pro uspořádání stránek určených k tisku a digitálnímu publikování. Slouží k navrhování, kontrole před tiskem a publikování nejrůznějšího obsahu pro tisk, web a tabletové aplikace. Nabízí přesnou kontrolu nad typografií, integrované kreativní nástroje, intuitivní návrhářské prostředí a úzké propojení s aplikacemi Adobe Photoshop, Illustrator, Acrobat, a Adobe Animate.[3] Program byl použit na návrh logo manuálu.



Obrázek 3 Adobe InDesign Logo  
Zdroj: [7]

## 2.4. Adobe Photoshop Lightroom CC

Adobe Photoshop Lightroom je software určený pro archivaci a úpravy digitálních fotografií.[4] Tento program byl použit na jednoduché úpravy fotografií, protože je přehlednější a jednodušší než program Adobe Photoshop.



Obrázek 4 Adobe Photoshop Lightroom Logo  
Zdroj: [8]

## 2.5. Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro představuje nepostradatelný nástroj pro střih a úpravu videa. Tento program je bezesporu tím nejvíce škálovatelným, efektivním a přesným nástrojem pro střih a úpravu videa, jaký je k dispozici. Úplná sada velice výkonných a vpravdě luxusních nástrojů umožňuje překonat jakékoli překážky, ať již se jedná o střih či úpravu videa, produkci nebo různé pracovní postupy.[27] Tento program byl použit pro střih a úpravu videí.



Obrázek 5 Adobe Premiere Pro Logo  
Zdroj: [28]

## 2.6. Figma

Figma je software určený pro návrh veškeré grafiky, nejvíce ale na weby a aplikace. Program byl použit na návrh webu a byl zvolen, protože je přehlednější a jednodušší než konkurence, nabízí velké množství veřejně přístupných pluginů a celý program je zadarmo. Také se mi velmi líbí funkce, že nemusíte mít vždy staženou aplikaci, Figma funguje i ve webovém prohlížeči, takže můžete na své práci pokračovat odkudkoliv.



Obrázek 6 Figma Logo  
Zdroj: [9]

## 2.7. PlaceIt

PlaceIt je on-line nástroj, zaměřen převážně na tvorbu mockupů. Byl vybrán, protože se mi velmi líbil jejich široký sortiment, přívětivé ceny a jednoduchost celé práce s mockupy a s jejich úpravou.



Obrázek 7 PlaceIt Logo  
Zdroj: [10]

# Teoretická část

## 3. Analýza potřeb

Evaluace formou analýzy potřeb je formální a systematickou snahou o stanovení a následné vyplnění mezer mezi tím „co je“ a „co by mělo být“. Spočívá ve zdokumentování důležitých nesrovnalostí mezi aktuálními a požadovanými výsledky a vytyčení těchto nesrovnalostí jako priorit z hlediska plánování programů.[11]

### 3.1. Analýza potřeb pro GASKO PRIM

Firmě byla položena otázka ohledně loga, promo produktů, webu a celkového designu, jaký by měl mít vzhled, co by měl splňovat za funkčnost a celkově jakých cílů by chtěli dosáhnout.

Postup při analýze:

- O společnosti (firma byla dotázána na to jak přesně fungují, čím vším se zabývají, jejich působení v zahraničí)
- Cíle (byla jim položena otázka ohledně jejich současných cílů, které chtějí dosáhnout v blízké době)
- Design (nejvíce konzultovaná otázka byla ohledně designu, jak si to představují, jak chtějí působit a jakou myšlenku by chtěli předávat

## 4. Typografie

### 4.1. Typografie u logotypu

Písmo je velmi důležitou součástí značky, protože ve značce nahrazuje mluvené slovo. Zprostředkovává pozorovateli informaci, jak má danou značku vyslovit. Kromě názvu přináší často i informace o oboru působení firmy. Stejně jako v řeči můžeme použít různou intonaci či barvu hlasu, lze ve značce použít písmo, které dává určitý vizuální charakter a dotváří tak její emotivní hodnotu. Kvalita typografických atributů značky může být snížena použitím opticky příliš zdevalvovaného či nadužívaného písma nebo výběrem nevhodného písma, které na sebe třeba zbytečně strhává pozornost (v případě, že dominantním prvkem ve značce má být jiný prvek). Při výběru písma bychom se měli vždy seznámit s jeho autorem, licenčními podmínkami a rokem vzniku.[29]

### **4.1.1. Typografie u logotypu Gasko Prim**

U logotypu Gasko Prim byl použit font Chennai thin, které působí elegantním vzhledem, který odráží, jak jsou Border Kolie elegantní a vznešené plemeno. Zároveň není příliš agresivní, aby odváděl pozornost od hlavní části logotypu. Typ písma je zaoblený, mírně rozšiřující a geometrický. Font Chennai obsahuje 12 sad stylů, byl vydán roku 2010 a používá se, když je potřeba moderní bezpatkový font [30]

## **4.2. Typografie u webových stránek**

Typografie je jeden z nejdůležitějších, a zároveň nejzanedbávanějších prvků na webu. Obecně platí, že by typografie měla být co nejčitelnější, proto se používá na webových stránkách větší velikost písma. Pro obsah webu pro desktopové zařízení se nejčastěji používá velikost okolo 15 - 22px a pro mobilní zařízení 14 - 16px, velmi důležitý je ale i druh písma na webových stránkách se používají maximálně dva druhy písma. Fonty by se vzájemně měli doplňovat. Na webové stránky se používají jednoduchá bezpatková písma. Důležité je také vizuálně odlišovat nadpisy, podnadpisy, perex, běžný text a popisky. Odlišné by měli být natolik aby byli rozeznatelné i když stojí samostatně. Velmi důležitá je taky šířka textových polí. Člověk má tendence text skenovat, když tedy zkrátíme šířku řádků, lidské oko nemusí tolik kmitat ze strany na stranu a text je pohodlnější číst. Ideální šířka řádku se pohybuje okolo 60 znaků (včetně mezer) pro desktop a 30-40 znaků pro mobil. Text by měl být oproti pozadí dostatečně kontrastní, aby šel přečíst co nejpohodlněji. Ideální variantou je klasicky tmavý text na světlém pozadí. Ideální variantou, jak zvýšit čitelnost stránky je doplnit text o vizuální prvky (ikony, tlačítka, fotografie, ilustrace apod.).[31]

### **4.2.1. Typografie u webových stránek pro Gasko Prim**

Na webových stránkách pro Gasko Prim byl použit font Reem Kufi pro nadpisy a názvy stránek. A pro obsah stránek byl použit font Korolev ve velikosti 16px. Reem Kufi i Korolev jsou nové moderní bezpatkové fonty, které se skvěle hodí na elegantní web pro Gasko Prim. Texty se nachází v oddělených blocích, kvůli dobré čitelnosti a každý blok je obohacen o fotografii kvůli upoutání zákazníka a zároveň má efekt stínu, aby ihned bylo zřetelné kde text končí. Každý text v obsahové části je na bílém pozadí, kvůli zachování čistoty webu a čitelnosti.

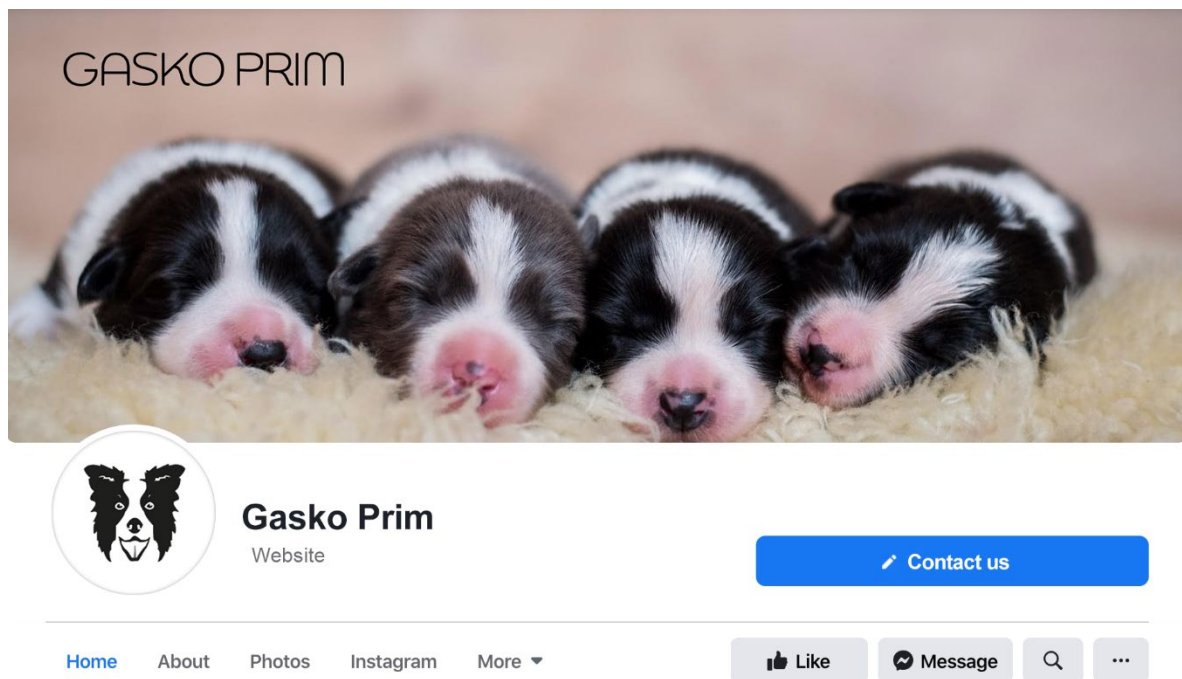
## 5. Psychologie Barev

Psychologie barev se zaměřuje zejména na studium vlivu konkrétních barev na psychiku člověka a na individuální preference různých barev různými lidmi. Psychologie barev se nejvíce využívá např. při plánování interiérů, sportovních událostí, grafických návrhů či reklamních kampaních. Spojením barev s produkty si zákazníci vytvářejí k výrobku/značce určitý emoční vztah a podle výzkumu dokonce některé odstíny dokážou člověka přimět ke spontánnímu nákupu. Teplé barvy aktivizují charakter, mají také placebo efekt, kdy např. jasně červené a oranžové pilulky dokážou člověka nabudit, aniž by obsahovali účinnou látku. Studené barvy jsou tišící, placebo efekt se projevuje uklidněním. Bílá barva evokuje čistotu, svěžest, nevinnost, něhu, lehkost a pocit pohody. Černá barva představuje eleganci, dominanci a nadčasovost.[16][32]

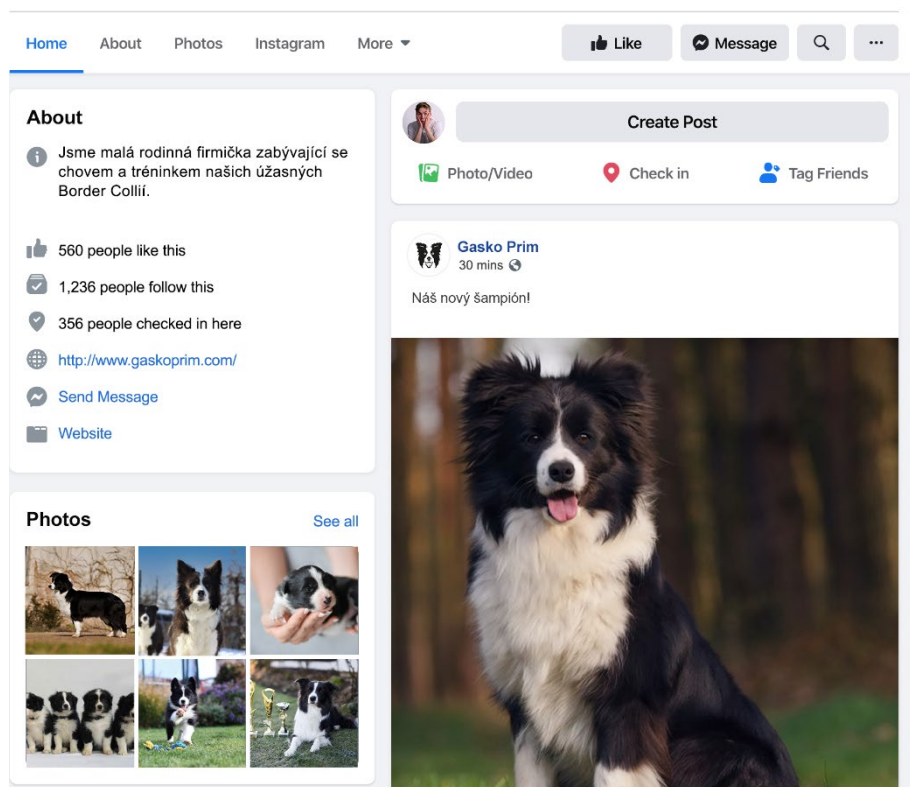
### 5.1. Použité barvy pro Gasko Prim

Veškeré návrhy pro Gasko Prim jsou stylizovány do černé a bílé barvy, takže to u zákazníků evokuje eleganci, čistotu, něžnost a zároveň to působí moderním vzhledem, a to skvěle znázorňuje i rasu Border Koli.

## 6. Sociální sítě



Obrázek 8 Návrh facebookové stránky 1 Zdroj: vlastní

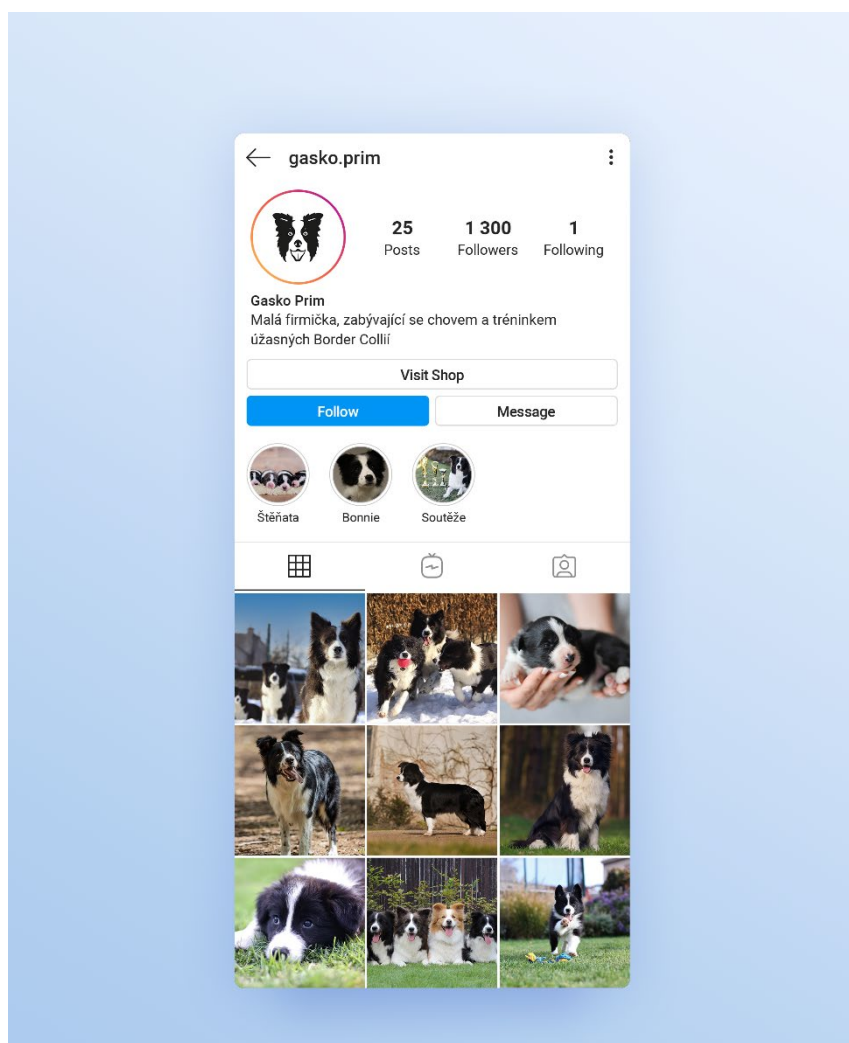


Obrázek 9 Návrh facebookové stránky 2 Zdroj: vlastní

## 6.1. Facebook

Facebook je sociální síť, jejíž principem je sdílení informací s přáteli nebo facebookovými fanoušky toto médium založené v roce 2004 původně sloužilo pro sdílení kontaktů. V dnešní době umožňuje více než 2,7 miliardám uživatelů po celém světě různé formy komunikace. Díky jeho rozšíření jsou firemní facebookové stránky a facebookové reklamy efektivním nástrojem online marketingové komunikace firem a značek.[12]

Firma Gasko Prim je na Facebooku aktivní už pár let díky tomu už zde mají velké množství kontaktů, ale působí přes osobní Facebook majitelky firmy, proto byl navržen design jejich nové facebookové stránky. Vlevo jako profilová fotka je pouze čisté logo firmy, v úvodním obrázku můžeme vidět fotku štěňat s psaným názvem firmy. Níže můžeme vidět na levé straně stručné informace o firmě a na pravé části ukázkou příspěvku.



Obrázek 10 Návrh Instagramového profilu Zdroj: vlastní



## **6.2. Instagram**

Sociální síť Instagram je zaměřená pouze na přidávání fotek a videí, ale oproti Facebooku zažívá v posledních letech velký růst. Firma na Instagramu doposud zatím nepůsobila, proto byl založen tento profil. Logo je zde stejné jako na Facebooku a níže jsou vidět možné příspěvky, které se skládají z nejnovějších fotek psů, aby zákazník měl vždy ty nejnovější informace na jednom místě.

# Praktická část

## 7. Logo

Logo patří mezi základ ztvárnění značky. Dobře navržené logo pomáhá rychleji si zapamatovat, vybavit a najít značku. Přidávání log na výrobky nebo reklamní materiály se označuje jako branding. Správné logo by mělo být lehce zapamatovatelné, jednoduché, originální, univerzálně použitelné a také by mělo komunikovat příběh, který stojí za značkou. [13][14]

### 7.1. Logomanuál

Logomanuál je dokument, který definuje pravidla pro práci s logem. Stanovuje jednotnou firemní podobu a obsahuje důležité informace pro dodavatele služeb, kteří budou používat vaše logo. Definuje základní varianty loga a jejich použití, barevnost, písmo a všechny možnosti použití loga.[15]

#### 7.1.1. Návrh logomanuálu

Logomanuál pro logo firmy Gasko Prim je přiložen v příloze tohoto dokumentu.

### 7.2. Návrh loga

V současné době nemá firma žádné logo, proto bylo rozhodnuto, že by z něj mělo být vidět čím se zabývají, zároveň by mělo být čisté a elegantní.

Ve vrchní části je vyobrazená hlava Border Kolie, protože firma se zabývá převážně na chov a trénink Border Kolií. Zároveň je to nakreslené co nejvíce jednoduše a je použita pouze černá a bílá, aby si logo zachovalo čistotu a elegantnost a také to reprezentuje barvu a majestátnost Border Kolií. Ve spodní části je napsaný název společnosti a celé to je oddělené dvěma čarami kvůli udržení elegantnosti.



---

GASKO  
PRIM

---

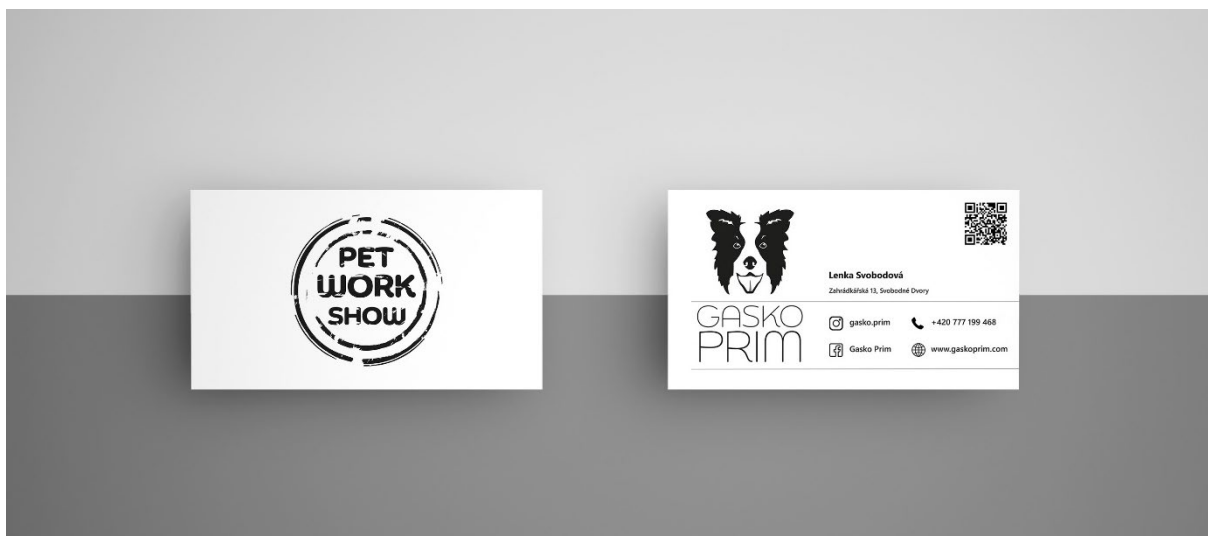
Obrázek 11 Návrh loga Zdroj: vlastní

## 8. Vizitka

Vizitka je kartička nebo lístek, na které jsou natištěné kontaktní údaje dotyčné osoby či firmy.[17] Vizitka by měla být jednoduchá, výstižná, kontrastní, aby si ji zákazník lépe zapamatoval. Správná vizitka by měla obsahovat jméno a příjmení, kontaktní údaje (mobil, telefon, email, adresa atd.) a logo firmy.

### 8.1. Rozměry vizitek

V České republice je nejpoužívanější rozměr 90x50 mm – označujeme ji jako „standardní vizitka“. V západní Evropě však můžeme narazit i na rozměr 85x54 mm a ve Velké Británii je populární i rozměr 75x40 mm.[18]



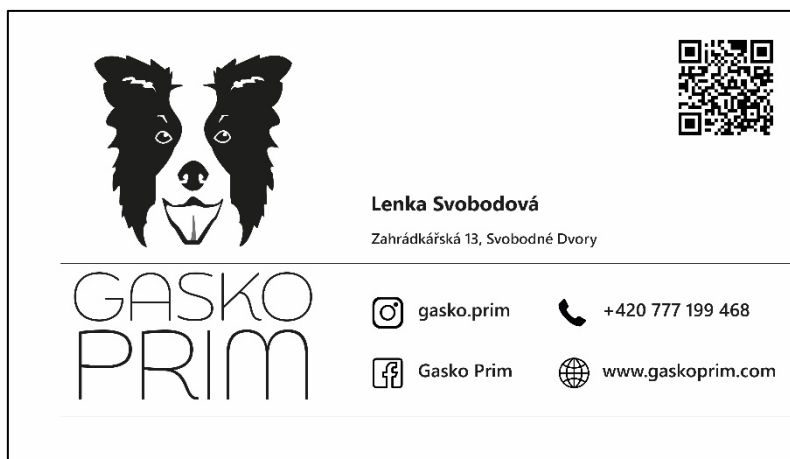
Obrázek 12 Návrh vizitek mockup Zdroj: [23]

## 8.2. Návrh vizitky pro Gasko Prim

Byly zvoleny standardní rozměry vizitky tudíž 90x50 mm. Na přední straně se ve středu nachází slogan firmy Gasko Prim „Pet work show“, celé to je navrženo jako velké razítko. Na zadní straně se nachází logo, které má protažené čáry až k pravé straně, kde se nachází kontakty jako sociální sítě, telefon a webové stránky, aby byli oddělené od ostatních informací. Vedle loga se nachází jméno majitelky firmy a adresa kde se nacházejí. V pravém horním rohu můžeme vidět QR kód, který odkazuje na webové stránky. Celý návrh vizitky byl stylizován opět do jednoduchého, čistého stylu.



Obrázek 13 Návrh vizitky – zadní strana Zdroj: vlastní



Obrázek 14 Návrh vizitky – přední strana Zdroj: vlastní

## 9. Leták

Leták je zpravidla tištěný dokument propagující nějaký výrobek, činnost, myšlenku. Jedná se o neperiodickou tiskovinu, zpravidla jednoúčelově zaměřenou.[19]

Letáky pro firmu Gasko Prim byly udělané, protože letáky stále patří mezi jedny z nejpobulárnějších variant propagace služeb, produktů atd. a také firma často navštívuje různé soutěže, kde se objevuje velké množství potenciálních zákazníků, proto mi to přijde jako skvělá možnost, jak se dostat do povědomí lidí.



Obrázek 15 Návrh Letáků mockup Zdroj: [20]

## 9.1. Návrh letáků pro Gasko Prim

Letáky pro Gasko Prim byly navrženy jako takový „template“ kde se dají jednoduše měnit fotky či text a kostra letáku zůstane zachovaná. Celý návrh je uspořádaný jako 3 malé letáčky na 1 list A4, které se následně odřezají, a to z důvodu jednoduššího tisku a šetření papíru.

Samotný leták obsahuje v levé horní části zmenšeninu loga firmy, pod kterým se nachází bílý trojúhelník z důvodu zachování elegantnosti loga a také aby nedocházelo k jeho poškození. V horní polovině se nachází fotografie, která se může jednoduše měnit, kvůli zachování aktuálnosti a originalitě letáků. V dolní polovině se nachází název společnosti, pod kterým je stručný popis, čím se společnost zabývá. Ve spodní části jsou napsané nejdůležitější kontakty. Pod veškerým textem se nachází slogan firmy, který je zde udělaný jako vodoznak. Celá polovina letáku, na které se nachází text má bílý podklad z důvodu zachování čitelnosti textu.



Obrázek 16 Návrh letáků Zdroj: vlastní

## 10. Reklamní banner

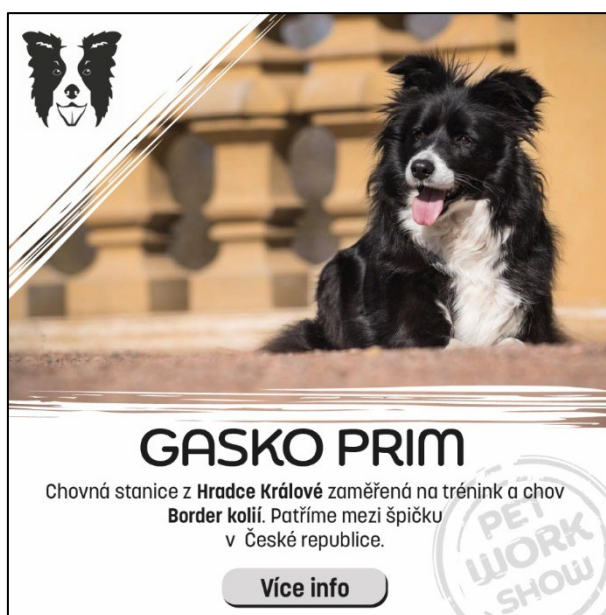
Banner je druh reklamy používaný na www stránkách, či v softwarových aplikacích. Jedná se o zpravidla obdélníkový obrázek či animaci, případně interaktivní grafiku zobrazenou nejčastěji poblíž okraje obrazovky. Bannery tvoří stále jednu z nejčastějších forem reklamy na internetu.[21]

### 10.1. Rozměry bannerů

Rozměry bannerů jsou velmi odlišné nejvíce záleží na platformě, na kterou chcete reklamu vystavit. Například pro S-klik jsou nejpoužívanější rozměry 970x310, 160x600, 320x100, 480x480, 300x300. Pro Google Ads 320x100, 160x600, 300x250 a maximální datová velikost musí být do 150 kB.[22]

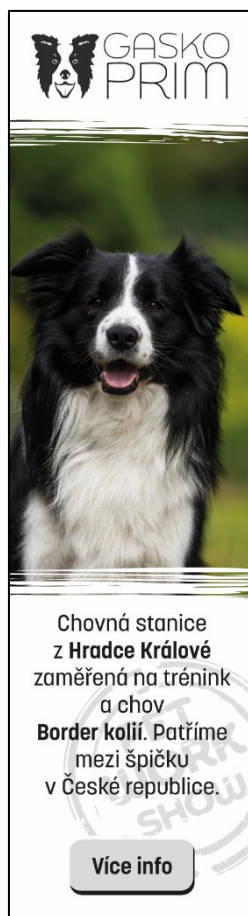


Obrázek 17 Návrh Banneru 970x310 pro Gasko Prim Zdroj: vlastní



Obrázek 18 Návrh Banneru 300x300 pro Gasko Prim Zdroj: vlastní





Obrázek 19 Návrh  
Banneru 160x600 pro  
Gasko Prim Zdroj: vlastní

## 10.2. Návrh banneru pro Gasko Prim

Bannery byly navrženy na 3 rozdílné velikosti (970x310, 300x300, 160x600). Tyto 3 velikosti byly zvolené, protože toto jsou 3 základní tvary, kde při ostatních se pouze liší poměry stran, ale tvar zůstává stejný. Bannery jsou stylizovány do stejného designu jako letáky, z důvodu abych zachoval jednotný design a zůstalo to dobře zapamatovatelné. Vždy se nachází ve vrchní části logo (pouze zmenšená část, případně při některých velikostech zde může být celé logo), pod ním se vždy nachází fotka, pod kterou jsou stručné informace o společnosti. Ve spodní části je tlačítko, které odkazuje na web pro více informací. Ve spodní části se vždy nachází slogan firmy opět jako vodoznak. Celý design bannerů je navržen do co nejvíce jednoduché a elegantní podoby.



# 11. Webové stránky

Webová stránka je dokument, který je dostupný k přečtení prostřednictvím internetového prohlížeče po zadání příslušné url adresy. Součástí stránek bývají obvykle různě dlouhé texty, multimediální data (videa, obrázky, zvuky) a odkazy, sloužící k přesměrování na jinou část webu či na úplně jinou adresu. Obsah dělíme na statický a dynamický. Zatímco statický zůstává neměnný, dynamický obsah je neustále aktualizován a generován aktuálními informacemi při každém jednotlivém zobrazení. Webové stránky jsou rozlišovány například na stránky osobní, zájmové, produktové, komunitní atd. [24]

Webové stránky pro Gasko Prim jsem dělal, protože webové stránky jsou jedna z nejlepších druhů prezentace firmy a jejich předchozí stránky byly ve velmi špatném stavu, zastaralé, nefunkční. Celé webové stránky jsou dělány jako funkční návrh v programu Figma a jsou připraveny na případné spuštění plně funkčního webu, ale v současnou chvíli firma nechce spouštět stránky, až v následujících měsících, proto byly zachovány pouze jako návrh.

## 11.1. Návrh webové stránky pro Gasko Prim

Webové stránky jak pro varianta pro PC, tak i pro mobilní telefon jsou navrhované do stejného stylu jako předchozí produkty, aby se zachovala celistvá vizáž, jednoduchost a elegantnost. Byly navrženy dvě varianty webu, pro počítač a pro mobilní zařízení. Na celém webu byl použit na nadpisy font Reem Kufi a na obsah font Kolorev. Celý návrh webových stránek, desktopová verze i mobilní verze jsou přiloženy v příloze jako pdf.

### 11.1.1. Anglická varianta

Webové stránky jsou navrženy v Českém i Anglickém jazyce, styl stránek je zachován pouze se mění jazyk textů.

### 11.1.2. Varianta pro počítač

#### 11.1.2.1. Navbar

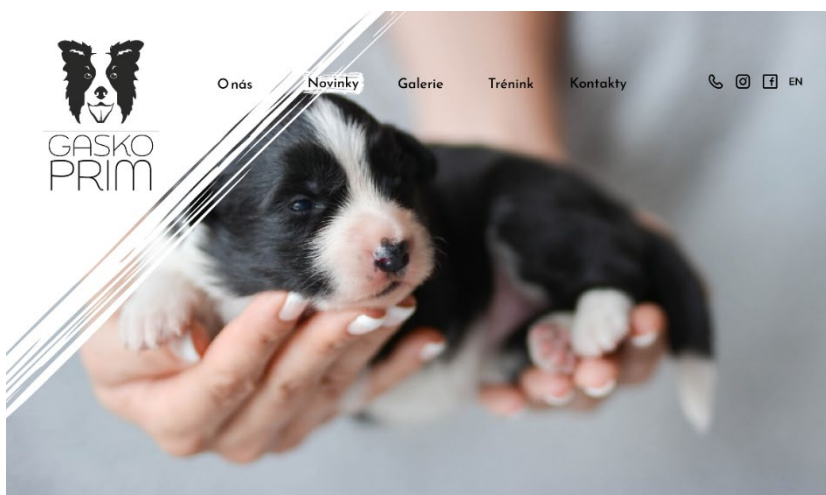
Navbar neboli navigační lišta je část grafického uživatelského rozhraní, která má návštěvníkům pomoci při vyhledávání informací. Je implementován v prohlížečích souborů, webových prohlížečích a na webových stránkách.[25]



Obrázek 20 Návrh navbar pro PC Zdroj: vlastní

### 11.1.2.2. Návrh navbaru pro Gasko Prim

Navbar je navržen ve velmi jednoduchém stylu. Na levé straně se nachází logo firmy, uprostřed se nachází rozcestník mezi stránkami a na pravé straně jsou umístěny ikonky sociálních sítí, které vedou vždy na danou sociální síť, telefon a přepnutí stránek do anglické verze.



Obrázek 21 Návrh Header Zdroj: vlastní

### 11.1.2.3. Header

Header neboli vrchní část webu je na každé stránce navržena opět ve stejném stylu. Uprostřed nahoře můžeme vidět navbar. V levém vrchním rohu se nachází bílá trojúhelníková výseč stejně stylizovaná jako na dříve zmíněných letáčích, aby nedocházelo k ničení loga a ke špatné čitelnosti. V pozadí celého headeru se nachází fotografie. Ta je na každé stránce jiná a na stránce galerie se fotografie vůbec nenachází jinak je header na všech stránkách stejný. Vždy když je nad rozcestníkem stránek myš objeví se za daným názvem bílé pozadí ve stejném stylu jako výseč, jak je vidět na obrázku níže, kvůli zachování čitelnosti názvů stránek. Při kliknutí na stránku pozadí za názvem zůstane zobrazené, aby zákazník vždy věděl, na jaké stránce se nachází.

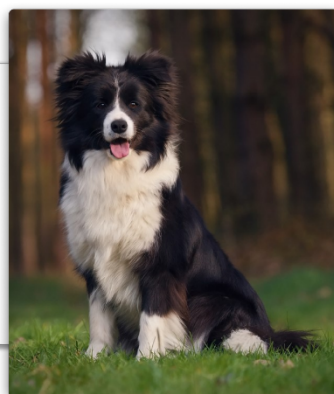


Obrázek 22 Název stránky pozadí Zdroj: vlastní

## 11.1.2.4. Obsah

### Kdo jsme?

Jsme malá firma z Hradce Králové, zabývající se chovem Border Kolli. Border Kolle se řadí k nejmilantnějšímu plemenu, je to ušlechtilý pracovní pes. Je to velmi živé, obratné plemeno. Je velmi aktivní proto potřebuje dostatek prostoru a pohybu. Kolle se dá oceloročně chovat venku. Kolle celkem snadno vychází s ostatními zvířaty, ale je lepší, když je k tomu vedena již od štěněte. K lidem je také velice přátelská, ke svému pánovi dokáže silně přilnout a plně se mu oddat. Při pečlivém vychování je z ní příjemný společník.



### Co děláme?

Naše Kolle už od mala pečlivě trénujeme a později s nimi navštěvujeme soutěže po celé České republice a Evropě. Soutěžíme převážně na výstavních soutěžích, kde se také velmi často umísťujeme na vrchních příčkách. Pro úspěšný výsledek na soutěžích je potřeba, aby Kolle byli velmi poslušný a dělaly přesně to co jim páníček řekne. A následně pokud budete mít zájem můžete si naši úžasnou Kolli odkoupit. Ale Kolle předáme pouze do správných rukou.

Novinky

Obrázek 23 Návrh obsahu – O nás Zdroj: vlastní

### 11.1.2.4.1. O nás

Na stránce O nás je obsah členěn do dvou oblastí. Obě jsou navrhovány ve stejném stylu jsou pouze horizontálně otočeny. Text, který je v zaobleném ohraničení s efektem stínu. Vedle textu se nachází fotka s lehkým zakulacením rohů a opět s efektem stínu. Celé je to drženo v tomto elegantním hravém stylu. V druhé oblasti se nachází ještě tlačítko, které přeměrovává na stránku s novinkami.

## Novinky

O víkendu jsme se s Adrem vydali podívat za chovatelé. Cestu jsme si naplánovali vlakem, a až do Ostravy probíhala klidně. Tam jsem se ale zorientoval tak dobře, že jsem čtvrté nástupiště našel až po odjezdu našeho vlaku, tak jsme si hodinku počkali a vyrazili následujícími. Adro byl ve vlaku vzorný a i když nespal a pořád sledoval dění okolo, byl potichu a v klidu ležel na zemi. Cestu jsme tedy přežili a v Českém Těšíně jsme se setkali s Nogovými. Hned po našem příjezdu nás přivítali a společně jsme se vydali k jejich domu. Tam na nás už čekalo tříčlenné dospělé psi komando, které dalo Adrovi náležitě vědět, kdo je tady doma, a hned po nich jsme uviděli šest černobílých d'ábliků. D'áblici jsou to opravdu po právu. Když nespi nebo nejí, neustále se perou a hrají si, žádné zvuky ani nic jiného je nedokázalo moc vyvést z míry a když byli chvíli bez dozoru, ihned začali přelézat ohrádku, o které bych řekl, že je pro osmítýdenní borderčata tabu. Ale hned druhý den ráno byli tři v ohrádce a tři prozkoumávali okolí. Tak jsme se se všemi přivítali a den začal. Po moc dobrém obědě (všechno jídlo, co jsme přes víkend měli, musím pochválit) jsme se vydali na cvičák. Tam se nám líbilo, protože o takovémhle cvičáku si zatím můžeme nechat jen zdát.



Obrázek 24 Návrh obsahu – Novinky Zdroj: vlastní

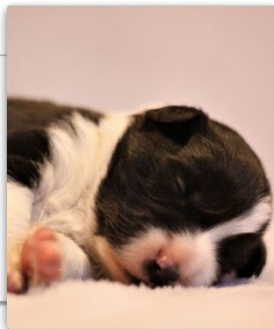
### 11.1.2.4.2. Novinky

Na stránce s novinkami se nachází text na prostředku, má stejné zaoblení jako na úvodní stránce a také na něj byl použit efekt stínu, pro zachování podobného stylu. Pod textem se nachází fotka přes celou stránku s vrchními rohy zaoblenými a s efektem stínu.

## Jak to celé začne

Chov pod BCCDZ se řídí klubovými řády a předpisy ČMKU a FCI. To v praxi znamená, že jedinec musí před zapojením do chovu projít bonitací (být uchovněn) a splnit zdravotní, exteriérové i povahová kritéria pro zařazení mezi chovné jedince.

I výběr plánovaných rodičů musí odpovídat požadavkům na zdravotní stav chovného páru. Chovatelé mají volnost ve výběru chovných párů a je na jejich zodpovědnost, jakým způsobem chov povedou. Cílem chovatele by měla být, aby jeho odchovy byly přínosem pro plemeno jako takové, i pro další chov.



## Výcvik

Border kolie se rychle učí novým dovednostem. Proto je důležité je naučit a kultivovat její obrovský potenciál. Majitelé musí myslet na postupně zvyšování stupně obtížnosti. Jinak by se pes mohl nudit a ztratit motivaci. Abyste tomu zabránili, stojí za to pomoci si speciálním příslušenstvím, včetně přístrojů (např. ZOLLIX Ultrazvukové přístroje), clickerů (např. TRIXIE Soft clicker na výcvik), toček s pamísky (např. TRIXIE Točka na pamísky dog aktivy 2v1). Pokud je border kolie vyvážená včasnou a adekvátní socializací.

## Soutěže

Podle všeho je toto plemeno považováno za nejdokonalějšího ovčáckého psa na světě. Jeho síťová se ale nese až od roku 1876, kdy se začaly pořádat soutěže ovčáckých psů. Border kolie většinou nenabýly přemožitele, a tak jim muselo být zřízena samostatná kategorie. Díky televizním přenosům (samozřejmě o mnoho let později) se o výjimečnosti plemene dozvěděla i široká veřejnost. Při práci se nejčastěji pohybují měšky, příkrošené, někdy se dokonce i pláží a pak vyrazí.

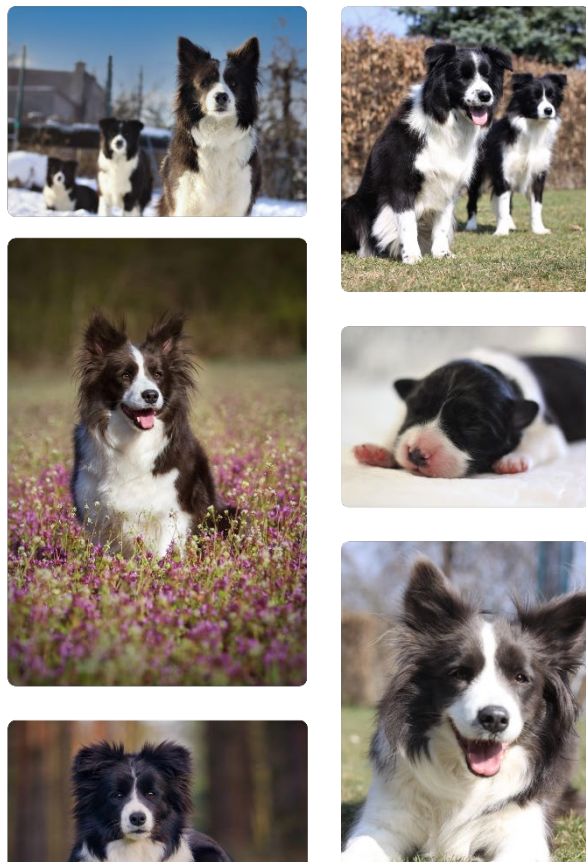


Obrázek 25 Návrh obsahu – Trénink Zdroj: vlastní

### 11.1.2.4.3. Trénink

Stránka o tréninku drží stejný styl jako stránka O nás, jediný rozdíl je v počtu oblastí, jinak je identická.

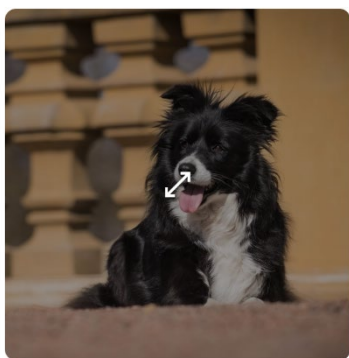
## Fotky



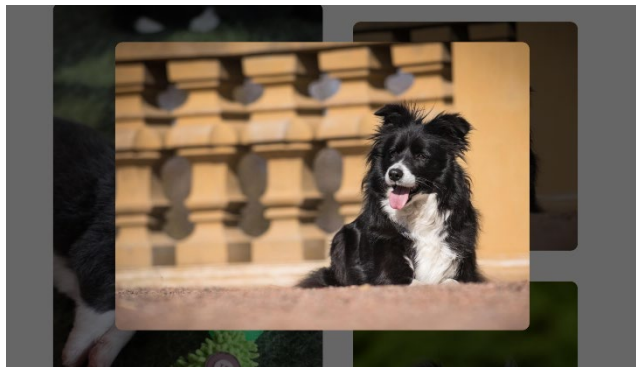
Obrázek 26 Návrh obsahu – Galerie Zdroj: vlastní

### 11.1.2.4.4. Galerie

Na stránce Galerie jsou umístěny fotografie do dvou sloupců, všechny fotografie mají lehce zaoblené rohy. Po najetí myši na fotografii se fotografie ztmaví a uprostřed se objeví ikona pro zvětšení na celou obrazovku, po kliknutí se fotografie otevře ve větší velikosti uprostřed stránky, po kliknutí mimo fotografii se opět zavře. Oba případy jsou vyobrazeny na obrázku níže.



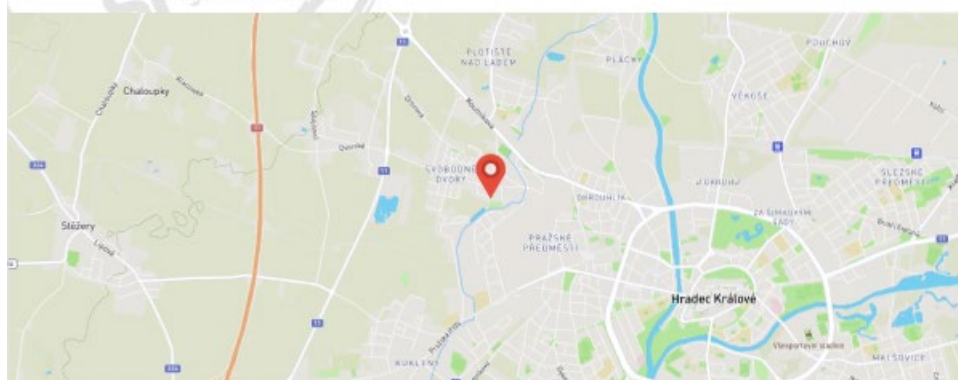
Obrázek 27 Fotografie po najetí myši Zdroj: vlastní



Obrázek 28 Fotografie po rozkliknutí Zdroj: vlastní



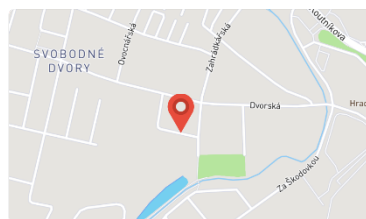
## Kde nás najdete?



Obrázek 29 Návrh obsahu – Kontakty Zdroj: vlastní

### 11.1.2.4.5. Kontakty

Na stránce s kontakty se nachází veškeré kontaktní informace, které po kliknutí směřují na patřičné odkazy, na pravé části se nachází fotografie domu, kde firma sídlí, opět po kliknutí se zvětší. V pozadí za kontaktními údaji je „razítko“ se sloganem firmy a ve spodní části je napsaná adresa je zde obrázek mapy s přesným místem kde se firma nachází.



Obrázek 30 Návrh Footer Zdroj: vlastní

### 11.1.2.5. Footer

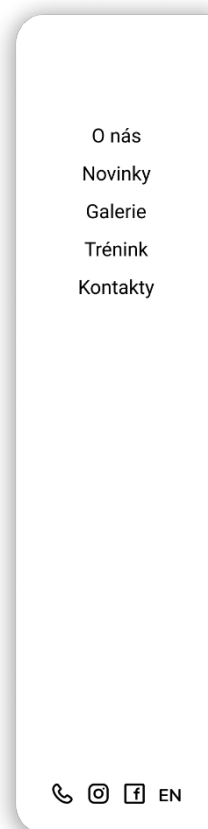
Footer neboli spodní část webové stránky obsahuje na levé části kontaktní údaje, za kterými můžeme vidět slogan firmy opět ve stylu „razítka“. Na pravé straně se nachází malá mapa, na které je vidět místo, kde firma sídlí. Vedle mapy se nachází šipka, která při kliknutí přesune stránku na vršek. Footer je na každé stránce použit stejný, kromě stránky s kontakty.

### 11.1.3. Varianta pro mobilní zařízení

Variantu pro mobilní zařízení jsem navrhl, protože v desktopové verzi webu by se pracovalo na mobilu velmi obtížně, to je z důvodu velkého nepoměru stran a rozlišení. Proto se navrhuje i varianta webu pro mobilní zařízení, kde je vše větší a více zarovnané pod sebou. Celý návrh byl dělán do podobného stylu jako u desktopové varianty pro zachování identičnosti a elegantnosti.



Obrázek 32 Návrh navbar pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní

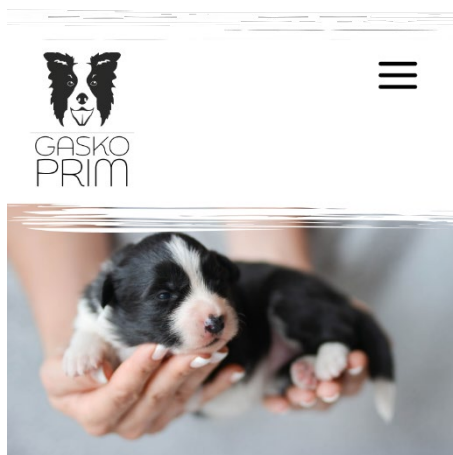


Obrázek 31 Návrh navbar po rozkliknutí pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní



### 11.1.3.1. Navbar

Navbar pro mobilní zařízení je navržen ve velmi jednoduchém stylu. Na levé straně se nachází logo Gasko Prim a na pravé straně se nachází „hamburgerové“ menu (tři čáry pod sebou), které po kliknutí z pravé strany zobrazí rozcestník mezi stránkami. Celý rozcestník má vnitřní rohy zakulacené a má efekt stínu. Ve vrchní polovině se nachází názvy stránek, které po kliknutí přesměrují na danou stránku. Ve spodní části se nachází ikony sociálních sítí, které vedou na dané sociální sítě a tlačítko na změny jazyka na stránkách. Při kliknutí mimo rozcestník opět zmizí.



Obrázek 33 Návrh header pro mobilní zařízení  
Zdroj: vlastní

### 11.1.3.2. Header

Header pro mobilní zařízení je tvořen z navbaru, který se nachází ve vrchní části, za ním je vložen bílý obdélník ve stejné stylu jako trojúhelníková výseč v návrhu pro PC, kvůli zachování čitelnosti loga. Pod obdélníkem se nachází fotografie. Header je na všech stránkách stejný, pouze se mění fotografie a na stránce s galerií fotografie není žádná

### 11.1.3.3. Obsah

### Kdo jsme?

Jsme malá firma z Hradce Králové, zabývající se chovem Border Kollí. Border Kollie se řadí k nejinteligentnějším plemenům, je to učenlivý pracovitý pes. Je to velmi živé, obratné plemeno. Je velmi aktivní proto potřebuje dostatek prostoru a pohybu. Kollie se dá celoročně chovat venku. Kollie celkem snadno vychází s ostatními zvířaty, ale je lepší, když je k tomu vedena již od štěněte. K lidem je také velice přátelská, ke svému pánovi dokáže silně přilnout a plně se mu oddat. Při pečlivém vychování je z ní příjemný společník.

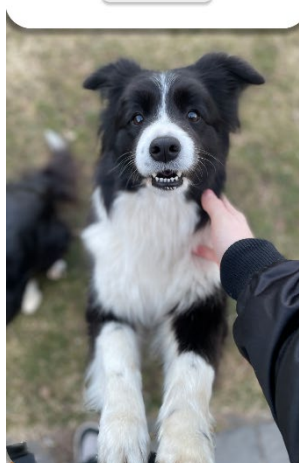


Obrázek 34 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – O nás 1/2  
Zdroj: vlastní

### Co děláme?

Naše Kollie už od mala pečlivě trénujeme a později s nimi navštěvujeme soutěže po celé České republice a Evropě. Soutěžíme převážně na výstavních soutěžích, kde se také velmi často umísťujeme na vrchních příčkách. Pro úspěšný výsledek na soutěžích je potřeba, aby Kollie byli velmi poslušný a dělaly přesně to co jim páníček řekne. A následně pokud budete mít zájem můžete si naši úžasnou Kollii odkoupit. Ale Kollie předáme pouze do správných rukou.

Novinky



Obrázek 35 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – O nás 2/2  
Zdroj: vlastní

#### 11.1.3.3.1. O nás

Stránka O nás je navržena do několika bloků, každý blok má zaoblené rohy a efekt stínu, celé je to navrženo tak aby vždy byl vrchní blok nad spodním blokem. První blok obsahuje text a následně se vždy střídá s blokem obsahující fotografií.

## Novinky

O víkend jsme se s Adrem vyšli podívat za chovatel. Cestu jsme si naplánovali vlakem, a až co úterý probíhala klidně. Tam jsem se ale zorientoval tak dobře, že jsem čtvrté nástupišťe našel až po odjezdu našeho vlaku, tak jsme si hodinky počkali a vymazili nástupišťám. Adro byl ve vlaku vzorný a i když nezpál a pořad sledoval dění okolo, byl potichu a v klidu ležel na zemi. Cestu jsme tedy přešli a v Českém Těšíně jsme se setkali s Nagevíně. Hned po našem příjezdu nás přivítal a společně jsme se vyšli k jejich domu. Tam na nás už čekala třilena dospělá psi komenda, které dala Adrovi náležitě vědět, kdo je nový doraz, a hned po nich jsme uviděli šest černobílých štáblů. Čáblci jsou to opravu po práci.



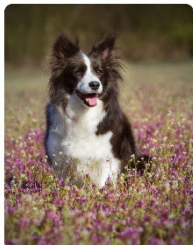
Když hesal něco nej, neustále se perou a hrál si. Žďné zvuky ani nic jiného je nadávkato moc vyvěst z míry a když byli chvíli bez dozoru, hned začali přelízat ohrádku a které bych řekl, že je pro osmýšlení bordercato zabi. Ale hned druhý den ráno byli tři v ohrádce a tři prázkovali okolí. Tak jsme se se všemi přivítali a den začal. Po mac dobrém obědě všechno jálo, co jsme přez víkend měli, musím pochválit jsme se vydali na cvičák. Tam se nám líbilo, protože a takovéhle cvičáku si začínáme začít jen začít.

*Obrázek 36 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Novinky  
Zdroj: vlastní*

### 11.1.3.3.2. Novinky

Stránka s novinkami je navržena v podobném stylu jako stránka O nás, rozdíl je v počtu bloků a obrázků, jinak je téměř identická

Fotky



*Obrázek 37 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Galerie  
Zdroj: vlastní*

### **11.1.3.3. Galerie**

Stránka Galerie obsahuje fotografie firmy zarovnané pod sebou se zaoblenými rohy. Fotografie nejdou rozkliknout do větší podoby jako tomu je u desktopové verze, protože na mobilním zařízení jsou již v této velikosti velmi dobře pozorovatelné.

### Jak to celé začne

Chov pod BLOOD se liší ústředními řadou a příslušnými CHUKU a FCI. To v praxi znamená, že jedinec musí před zapojením do chovu projít bartraci být uchovaný a zdraví, exteriérově i povahově kladeno pro zařazení mezi chovné jedince.

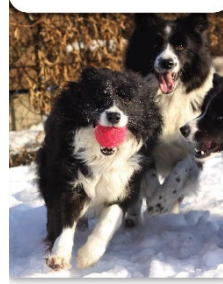
I výběr plánovaných rodičů musí odpovídat požadavkům na zdravotní stav chovného páru. Chovatelé mají velkou ve výběru chovných párů a je na jejich zodpovědnosti, jakým způsobem chov povedou. Chov chovatele by mělo být, aby jeho odchovy byly přínosné pro plemeno jako takové, i pro další chov.



### Výcvik

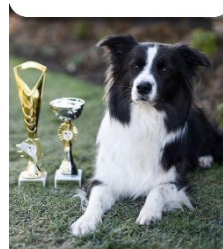
Border kolie se rychle učí novým dovednostem. Proto je důležitá je naučit učít a koučovat. Její obratnost a potenciál. Mějte na mysli, že na postupné zvyšování stupně obtížnosti. Jenak by se pes mohl nudit a ztratit motivaci. Abyste tomu zabránili, stojí za to pomoci si speciálními příslušenstvími, včetně přelisků (např. ZOLIX ultrazvukové přelisků), klikerů (např. TRIXE Soft clicker na výcvik), tasák s parníky (např. TRIXE Tula) na paměťový dop (aktivní 2v1). Pokud je border kolie vyžadována vlnou a očekává se socializaci.

*Obrázek 38 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Trénink 1/2 Zdroj: vlastní*



### Soutěže

Podle všeho je toto plemeno považováno za nejtakanejšího ovčáckého psa na světě. Jeho sláva se ale nese až od roku 1870, kdy se začaly pořádat soutěže ovčáckých psů. Border kolie většinou nenesly přemožitele, a tak jim musela být zřízena samostatná kategorie. Díky televizním přenosům (samozřejmě o mnoho let později) se o výjimečnosti plemene dozvědělo i široká veřejnost. Při práci se nejčastěji pohybují mlčky, příkrčené, něždy se dokonce i pláží a pak vyrazí.



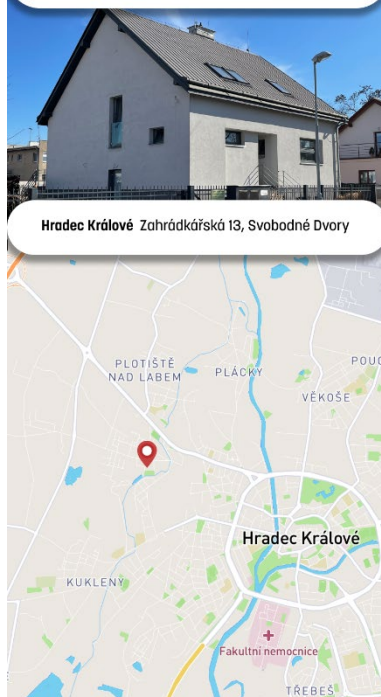
*Obrázek 39 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Trénink 2/2 Zdroj: vlastní*

## 11.1.3.3.4. Trénink

Stránka Trénink je opět navržena ve stejném stylu jako stránka O nás, akorát se liší v počtu bloků a fotografií.

## Kde nás najdete

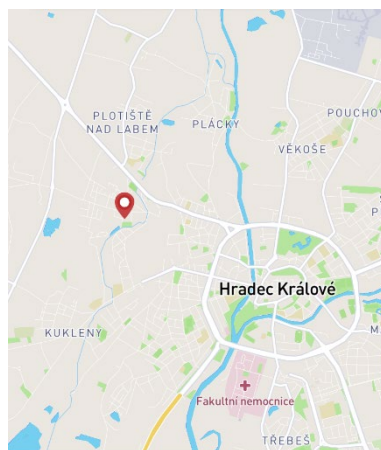
 Gasko Prim  
 gasko.prim  
 +420 777 199 468  
 gaskoprim@gmail.com



Obrázek 40 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Kontakty Zdroj: vlastní

### 11.1.3.3.5. Kontakty

Stránka s kontakty je opět členěna do bloků, první obsahuje sociální sítě a nejdůležitější kontakty, pod ním se nachází fotografie sídla firmy, pod ní je napsaná adresa firmy, která současně odděluje fotografii od mapy a také je opět ve stejném stylu se zaoblenými rohy a efektem stínu. Na mapě je znázorněno červeným bodem kde se sídlo firmy nachází.



Hradec Králové Zahradkářská 13, Svobodné Dvory



Obrázek 41 Návrh footer pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní

#### 11.1.3.4. Footer

Spodní část webových stránek pro mobilní zařízení, byla navržena ve velmi jednoduchém stylu. Obsahuje mapu s vyznačeným místem, kde se firma nachází. Pod mapou se nachází adresa firmy a seznam sociálních sítí a nejdůležitějších kontaktů.

## 12. Merch

Merch pochází z anglického pojmu „merchandise“, který v překladu označuje zboží, případně obchodování. U nás jsou takto označovány oblečení a reklamní předměty s potiskem loga nebo specifickým motivem dané firmy. Zákazníci nakupováním těchto předmětů mohou ukázat náklonnost určité značce nebo umělci.[27]

### 12.1. Merch pro Gasko Prim

Merch byl navržen pro firmu, protože neměli žádné produkty, kterými by je mohli zákazníci podpořit, jediný způsob, jak jste je mohli podpořit, byl koupit si psa, a to si nemůže každý dovolit. Proto byl udělán návrh trička, propisek a hrnků, protože to jsou levné věci, které každý využívá dennodenně.



Obrázek 43 Návrh trička Zdroj: vlastní



Obrázek 42 Mockup trička Zdroj: vlastní



### 12.1.1. Tričko pro Gasko Prim

Tričko bylo navrženo ve velmi jednoduchém stylu, aby se zachovala celková čistota a elegantnost firmy. Na přední straně se na levé straně u srdce nachází vrchní část loga firmy (pouze hlava psa) a na zadní straně se nachází název firmy se stejným fontem jako v logu. Tričko je navrženo pouze v bílé variantě, ale bylo by možné použít ve světlých barvách, nikoli ale v tmavých odstínech nebo dokonce v černé, tím by došlo k porušení pravidel loga, které byly stanoveny v logomanuálu.



Obrázek 44 Návrh propisek varianta č. 1 Zdroj: vlastní



Obrázek 45 Návrh propisek varianta č. 2 Zdroj: vlastní

### 12.1.2. Propisky

Pro propisky byl vytvořen návrh na dvě varianty, obě jsou opět co nejvíce jednoduché, elegantní a zapamatovatelné. Varianta číslo 1 obsahuje vrchní část loga (hlavu psa), vedle kterého je nápis firmy ve stejném fontu jako v logu, celé je to zarovnané na horizontální střed a nachází se to v druhé polovině propisky. Varianta číslo 2 má vrchní část loga až na vrchu propisky otočené o 90 stupňů a lehce za polovinou se nachází název firmy pod kterým je napsaný odkaz na webové stránky. Obě varianty mohou být použity pouze ve světlých barvách, kvůli zachování loga.



Obrázek 46 Návrh hrnku Zdroj: vlastní

### 12.1.3. Hrnky

Návrh hrnků je velmi neobvyklý pro firmu zabývající se chovem a tréninkem psů, ale byl zvolen, protože hrnky jsou součástí každého obydlí, a proto je o ně veliký zájem. Opět jsou navrženy dvě varianty hrnků. První varianta obsahuje pouze název firmy fontem, který je použit v logu a druhá varianta obsahuje pouze vrchní část loga. Hrnky jsou čistě bílé, aby byla zachována elegancnost a nebylo ničeno logo.

## **13. Fotografie a videa**

### **13.1. Fotografie**

Fotografie spadá v tomto odvětví do velmi důležité formy prezentace, jelikož se firma snaží prodat své psy, každý zákazník musí mít dostatečný přehled o tom, jak daný pes vypadá. Pořizování fotografií zvířat se řadí do velmi složité kategorie, a to zejména z důvodů, že zvířata jsou velmi pohyblivá a nedá se jim přesně říct co mají dělat. Hlavně Border Kolie jsou velmi akční plemeno, proto bylo fotografování velice zkomplikováno, ale firma má své psy dobře vytrénované, takže byly schopni být na jednom místě a tolik se nehýbat. Všechny fotografie jsou vloženy na webu v záložce s fotografiemi.

#### **13.1.1. Použité vybavení**

Fotografie byly pořizovány fotoaparáty Canon EOS 700D, Canon EOS 50D a mobilním zařízením Apple Iphone 12 mini.

### **13.2. Video**

Video bylo vytvořeno hlavně kvůli Instagramu, aby zákazníci měli lepší přístup k psům. Video je sestříháno do veselého stylu, aby to působilo hravě na zákazníka a cítili z toho pozitivní energii. Video začíná logem na bílém pozadí, aby bylo jasné že se jedná o firmu Gasko Prim a na konci je daný slogan firmy který je zde udělaný jako „razítko“ a následně taky s bílým pozadím na zakončení videa. Video je ke shlédnutí na Instagramu firmy.

#### **13.2.1. Použité vybavení**

Video bylo pořízeno pomocí mobilního zařízení Apple Iphone 12 mini, protože je zde mnohem jednodušší nastavení a také toto mobilní zařízení má velmi dobrou stabilizaci obrazu, takže to je ideální na natáčení rychlých záběrů pohyblivých psů a také se už tyto zařízení velmi blízko přibližují konkurenci ve velkých fotoaparátech, takže není ani takový rozdíl v kvalitě obrazu.

## Závěr

Cílem této práce bylo připravit kompletní grafický návrh firmy Gasko Prim. Jelikož firma neměla téměř žádné předchozí návrhy, neměli ani žádné přesně specifické podmínky, takže jsem mohl pracovat sám nezávisle na vedení.

Jako první bylo navrženo logo společnosti, protože to je základní kámen pro grafické rozhraní firmy. S tím bylo spjaté vytvoření logomanuálu, kde je přesně specifikováno, jak s logem zacházet, aby nedocházelo k jeho ničení. Následně byly navrženy vizitky, letáky a bannery pro firmu. Poté byl navržen merch, založeny sociální sítě a začal jsem s návrhem webových stránek, které zabralo mnohem více času, než jsem očekával, hlavně z důvodu, že jsem se s programem učil, takže ze začátku i jednoduché věci trvali mnohem déle, ale s programem jsem se naučil a dokončil jsem návrh. V průběhu celé práce byli pořizovány fotografie, které byly nejsložitější na domluvu vhodného času z důvodu, že firma velmi často jezdí na soutěže, a to i mimo Českou republiku.

Tímto bych chtěl poděkovat firmě, že jsem mohl pracovat na reálné zakázce, která mě toho mnoho naučila, jak s novými programy, tak jsem díky tomu nastudoval velmi důležitou teorii, která je s grafikou spojená. Také mi ukázala, jak vypadá svět grafiků mimo školní lavice.

## Citace

- [1] Adobe Illustrator [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z:  
<https://helpx.adobe.com/cz/illustrator/faq.html>
- [2] Adobe Photoshop [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z:  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop)
- [3] Adobe InDesign [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z:  
<https://helpx.adobe.com/cz/indesign/faq.html>
- [4] Adobe Photoshop Lightroom [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z:  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop\\_Lightroom](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop_Lightroom)
- [5] Adobe Illustrator CC icon [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe\\_Illustrator\\_CC\\_icon.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_Illustrator_CC_icon.svg)
- [6] Adobe Photoshop CC icon [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe\\_Photoshop\\_CC\\_icon.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_Photoshop_CC_icon.svg)
- [7] Adobe InDesign CC icon [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe\\_InDesign\\_CC\\_icon.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_InDesign_CC_icon.svg)
- [8] Adobe Photoshop Lightroom CC icon [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe\\_Photoshop\\_Lightroom\\_CC\\_logo](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_Photoshop_Lightroom_CC_logo)
- [9] Figma logo [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
<https://iconscout.com/icons/figma-logo>
- [10] PlaceIt logo [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné z:  
<https://www.reviewsexp.com/blog/wp-content/uploads/2020/08/place-it-logo-1536x379.png>
- [11] Analýza potřeb [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z:  
<https://www.adiktologie.cz/analyza-potreb>
- [12] Facebook [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z:  
<https://idealab.cz/slovník/facebook/>
- [13] Co je logo [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z:  
<https://www.podnikatel.cz/pruvodce/obchodni-znacka-brand/logo/>
- [14] Jak má vypadat logo [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://vektorova-grafika.cz/jak-by-melo-vypadat-logo/>

- [15] Logomanuál [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z:  
<https://www.bubak.cz/blog/logomanual/>
- [16] Psychologie barev [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.tonerpartner.cz/clanky/psychologie-barev-jak-barvy-pusobi-a-na-co-si-dat-pri-jejich-tisku-pozor-99019cz39332/>
- [17] Vizitka [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z:  
<https://www.studenta.cz/nepodcenujte-vzhled-sve-vizitky-jak-si-vytvorit-tu-nejlepsi/r~st:article:694/>
- [18] Rozměry vizitek [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z: <https://www.tisk-vizitek.cz/rozmery-vizitek.html>
- [19] Leták [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z:  
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Let%C3%A1k>
- [20] Flying Flyer mockup [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z:  
<https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/flying-psd-dl-flyer-mockup-vol-2>
- [21] Banner [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Banner>
- [22] Banner rozměry [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z:  
<https://www.socials.cz/cs/nejlepsi-rozmery-ppc-banneru/>
- [23] Vizitka mockup [online]. [cit. 2022-03-05]. Dostupné z: <https://unblast.com/flat-business-card-mockups-psd/>
- [24] Webové stránky [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z:  
<https://topranker.cz/slovník/webova-stranka/>
- [25] Navbar [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z:  
<https://www.pcworld.com/article/436135/personalize-the-windows-explorer-navigation-bar.html>
- [26] Merch [online]. [cit. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.colorfactory.cz/co-je-to-merch/>
- [27] Adobe Premiere Pro CS4. Brno: Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-3571-6.
- [28] Adobe Premiere Pro Logo [online]. [cit. 2022-03-19]. Dostupné z:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe\\_Premiere\\_Pro\\_CC\\_icon.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe_Premiere_Pro_CC_icon.svg)
- [29] Typografie pro logotyp [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://unie-grafickeho-designu.cz/vlastnosti-dobreho-loga-obsahly-clanek/>
- [30] Font Chennai [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.fontspring.com/fonts/insigne/chennai>
- [31] Typografie na webových stránkách [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.fontspring.com/fonts/insigne/chennai>

[32] Psychologie konkrétních barev [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.tonerpartner.cz/clanky/psychologie-barev-jak-barvy-pusobi-a-na-co-si-dat-pri-jejich-tisku-pozor-99019cz39332/>

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Adobe Illustrator Logo Zdroj: [5].....	10
Obrázek 2 Adobe Photoshop Logo Zdroj: [6] .....	10
Obrázek 3 Adobe InDesign Logo Zdroj: [7].....	10
Obrázek 4 Adobe Photoshop Lightroom Logo Zdroj: [8].....	11
Obrázek 5 Adobe Premiere Pro Logo Zdroj: [28] .....	11
Obrázek 6 Figma Logo Zdroj: [9] .....	11
Obrázek 7 Placelt Logo Zdroj: [10] .....	11
Obrázek 8 Návrh facebookové stránky 1 Zdroj: vlastní.....	15
Obrázek 9 Návrh facebookové stránky 2 Zdroj: vlastní.....	15
Obrázek 10 Návrh Instagramového profilu Zdroj: vlastní .....	16
Obrázek 11 Návrh loga Zdroj: vlastní .....	19
Obrázek 12 Návrh vizitek mockup Zdroj: [23] .....	20
Obrázek 13 Návrh vizitky – zadní strana Zdroj: vlastní .....	20
Obrázek 14 Návrh vizitky – přední strana Zdroj: vlastní .....	21
Obrázek 15 Návrh Letáků mockup Zdroj: [20] .....	21
Obrázek 16 Návrh letáků Zdroj: vlastní .....	22
Obrázek 17 Návrh Banneru 970x310 pro Gasko Prim Zdroj: vlastní.....	23
Obrázek 18 Návrh Banneru 300x300 pro Gasko Prim Zdroj: vlastní.....	23
Obrázek 19 Návrh Banneru 160x600 pro Gasko Prim Zdroj: vlastní.....	24
Obrázek 20 Návrh navbar pro PC Zdroj: vlastní .....	26
Obrázek 21 Návrh Header Zdroj: vlastní .....	26
Obrázek 22 Název stránky pozadí Zdroj: vlastní.....	27
Obrázek 23 Návrh obsahu – O nás Zdroj: vlastní .....	27
Obrázek 24 Návrh obsahu – Novinky Zdroj: vlastní .....	28
Obrázek 25 Návrh obsahu – Trénink Zdroj: vlastní .....	29
Obrázek 26 Návrh obsahu – Galerie Zdroj: vlastní.....	30
Obrázek 28 Fotografie po najetí myši Zdroj: vlastní.....	30
Obrázek 27 Fotografie po rozkliknutí Zdroj: vlastní .....	30
Obrázek 29 Návrh obsahu – Kontakty Zdroj: vlastní.....	31
Obrázek 30 Návrh Footer Zdroj: vlastní .....	31
Obrázek 31 Návrh navbar po rozkliknutí pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní .....	32
Obrázek 32 Návrh navbar pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní .....	32
Obrázek 33 Návrh header pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní.....	33
Obrázek 34 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – O nás 1/2 Zdroj: vlastní .....	34
Obrázek 35 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – O nás 2/2 Zdroj: vlastní .....	34
Obrázek 36 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Novinky Zdroj: vlastní.....	35

Obrázek 37 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Galerie Zdroj: vlastní .....	36
Obrázek 38 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Trénink 1/2 Zdroj: vlastní .....	37
Obrázek 39 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Trénink 2/2 Zdroj: vlastní .....	37
Obrázek 40 Návrh obsahu pro mobilní zařízení – Kontakty Zdroj: vlastní .....	38
Obrázek 41 Návrh footer pro mobilní zařízení Zdroj: vlastní .....	39
Obrázek 42 Mockup trička Zdroj: vlastní.....	40
Obrázek 43 Návrh trička Zdroj: vlastní .....	40
Obrázek 44 Návrh propisek varianta č. 1 Zdroj: vlastní.....	41
Obrázek 45 Návrh propisek varianta č. 2 Zdroj: vlastní.....	41
Obrázek 46 Návrh hrnku Zdroj: vlastní.....	42

## **Příloha**

### **Logomanuál**





---

GASKO  
PRIM

---

Grafický manuál logotypu

GASKO PRIM

## A/ Značka GASKO PRIM

### A/01 Popis a konstrukce

Logotyp Gasko Prim je tvořen nápisem jména firmy, který je oddělen lehkými černými čarami z obou stran, aby logo působilo elegantně. Ve vrchní polovině je návrh hlavy psa, přesněji plemena Border Kolie, jelikož to je plemeno, kterým se firma nejvíce zabývá



Dále jsem zvolil zaoblený „přátelský“ font, jelikož se k těmto milosrdným psům velice hodí



## A/02 Barevnost a písmo

V základní barevnosti značky je použita černá barva



Pro jméno firmy GASKO PRIM je v logotypu použito písmo Chennai Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890?&%<=>@[]\*+

1234567890?&%<=>@[]\*+

## A/03 Ochranná zóna a umístění

Účelem minimální ochranné zóny je zachování dostatečné čitelnosti. V prostoru minimální ochranné zóny nelze umisťovat jakýkoli další prvek - text, jinou značku atd. Minimální ochranná zóna určuje mj. i vzdálenost od okraje listu či jiné plochy, na níž je značka umístěna. Minimální ochranná zóna značky GASKO PRIM je definována šedým obdelníkem v pozadí.



Účelem minimální ochranné zóny je zachování dostatečné čitelnosti. V prostoru minimální ochranné zóny nelze umisťovat jakýkoli další prvek - text, jinou značku atd. Minimální ochranná zóna určuje mj. i vzdálenost od okraje listu či jiné plochy, na níž je značka umístěna. Minimální ochranná zóna značky GASKO PRIM je definována šedým obdelníkem v pozadí.



GASKO  
PRIM

Účelem minimální ochranné zóny je zachování dostatečné čitelnosti. V prostoru minimální ochranné zóny nelze umisťovat jakýkoli další prvek - text, jinou značku atd. Minimální ochranná zóna určuje mj. i vzdálenost od okraje listu či jiné plochy, na níž je značka umístěna. Minimální ochranná zóna značky GASKO PRIM je definována šedým obdelníkem v pozadí.

Účelem minimální ochranné zóny je zachování dostatečné čitelnosti. V prostoru minimální ochranné zóny nelze umisťovat jakýkoli další prvek - text, jinou značku atd. Minimální ochranná zóna určuje mj. i vzdálenost od okraje listu či jiné plochy, na níž je značka umístěna. Minimální ochranná zóna značky GASKO PRIM je definována šedým obdelníkem v pozadí.

Účelem minimální ochranné zóny je zachování dostatečné čitelnosti. V prostoru minimální ochranné zóny nelze umisťovat jakýkoli další prvek - text, jinou značku atd. Minimální ochranná zóna určuje mj. i vzdálenost od okraje listu či jiné plochy, na níž je značka umístěna. Minimální ochranná zóna značky GASKO PRIM je definována šedým obdelníkem v pozadí.

Příklad ochranné zóny kolem značky

A/04 Povolené varianty užití značky



základní barevnost



světle modrá varianta logotypu / modrá 11%



modrá varianta s přechodem / modrá 40% /  
přechod z prostředku



šedá varianta s přechodem / šedá 26% /  
černé / přechod z prostředku

A/04 Povolené varianty užití značky



logo lze použít i ve vodorovné variantě



logo lze použít i ve zmenšené variantě jako samostatná hlava psa

A/05 Nepovolené varianty užití značky



změna barvy v logotypu



změna fontu v logotypu



invertování barev v logotypu



logotyp nelze naklánět

A/05 Nepovolené varianty užití značky



logotyp nelze umístit na fotografii