



DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.
Ke kamenci 151, Pardubice

MATURITNÍ PROJEKT

Portfolio firmy VELVES pro marketingové
komunikace

Jméno a příjmení:

Jakub Rathouský

Třída:

4. B

Studijní obor:

Informační technologie 18-20-M/01

Školní rok:

2020/2021

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení: *Jakub Rathouský*
Školní rok: *2020/2021*
Třída: *4.B*
Obor: *Informační technologie 18-20-M/01*

Téma práce: *Portfolio firmy VELVES pro marketingové komunikace*
Vedoucí práce: *Mgr. Richard Brun*

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

Kompletní vytvoření grafických materiálů pro firmu VELVES

Cíl:

- Grafický návrh logotypu
- Korporátní identity – pravidla pro užití logotypu, typografie, aplikace loga (dopisní obálka, vizitka, hlavičkový papír, komplimentka, e-mailový dopis, web, polep auta)
- Grafický návrh textilu (mikiny, trička, ...)
- Tvorba webu
- Návrh bannerů
- Vytvoření stránek na soc. sítích (Facebook, Instagram)
- Grafický návrh propagačních předmětů (letáky, propisky, ...)

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

- do 30. září – hotový grafický návrh logotypu
- do 31. října – hotová korporátní identita, návrh bannerů, grafický návrh propagačních předmětů, grafický návrh textilu
- do 31. ledna 2021 – hotový responsivní web, stránky na sociálních sítích

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

V Pardubicích dne:

Rád bych poděkoval panu Mgr. Richardu Brunovi a zároveň akad. malíř Danielovi Václavíkovi za jejich odborné vedení, věnovaný čas, přínosné konzultace a za upřímný a objektivní pohled na tento projekt. Dále bych chtěl poděkovat škole DELTA-Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o., díky které mohl tento projekt vůbec vzniknout.

Anotace

Cílem mého maturitního projektu je vytvoření jednotného vizuálního stylu pro smyšlenou firmu Velves. Vytvoření grafického návrhu na sociální sítě (Instagram, Facebook) pro následnou prezentaci firmy. V poslední řadě vytvoření webových stránek pomocí redakčního systému WordPress a vhodných pluginů.

Klíčová slova

grafické návrhy, firemní styl, logotyp, grafický manuál, bannery, tiskoviny, sociální sítě, webové stránky, webový design

Annotation

The goal of my graduation project is to create corporate design for fictional company named Velves. Creation of graphic design for social sites (Instagram, Facebook) for following company presentation. Lastly, create a website using Wordpress and its plugins.

Key words

graphic designs, corporate style, logotype, graphic manual, banner, printer matter, social sites, website, website desing

Obsah

1	Představení firmy/značky Velves	8
2	Použité nástroje	8
2.1	Adobe Illustrator.....	9
2.2	Adobe Photoshop	9
2.3	Adobe Lightroom	9
2.4	WordPress	10
2.4.1	WordPress šablony	10
2.4.2	Pluginy.....	10
3	Jednotný styl.....	11
3.1	Logo a Logotyp	11
3.1.1	Logo	11
3.1.2	Logotyp	12
3.2	Vizitky	13
3.3	Hlavičkový papír	14
3.4	Komplimentka	15
3.5	Dopisní obálka	15
3.6	Reklamní věci.....	16
3.6.1	Polep auta Velves	16
3.6.2	Bannery Velves	16
4	Textil	17
4.1	Metody tisku.....	17
4.1.1	Sítotisk.....	17
4.1.2	Transferový potisk.....	18
4.1.3	Digitální tisk	19
4.1.4	Flexová fólie (řezaná grafika)	19
4.1.5	Flocková fólie (řezaná grafika)	20
4.1.6	Plnobarevná řezaná grafika	21
4.2	Návrhy textilu.....	22
5	Sociální sítě Sociální sítě.....	23
5.1	Proč být na sociálních sítích?	23
5.2	Jaký obsah vytvářet?	24
5.3	Facebook	25
5.4	Instagram.....	25

6	SWOT analýza	26
7	Závěr	27
8	Seznam citací.....	27
9	Seznam obrázků	28

Úvod

Pro svůj maturitní projekt jsem si vybral smyšlenou firmu, které byl dán název Velves. Firma se zabývá textilním průmyslem, a to je také důvod, proč jsem si toto téma vybral.

Cílem mého maturitního projektu je vytvoření jednotného vizuálního stylu (firemní logo, vizitky, hlavičkový papír, firemní oblečení atd.). Dále vytvoření funkčního responsivního webu/e-shopu. Vznik profilů na sociálních sítí (Instagram, Facebook).

V poslední části – teoretické, Vás seznámím s nástroji/programy, které jsem použil pro zhotovení tohoto projektu. Dále Vás seznámím například s technologiemi textilního tisku a v neposlední radě vytvoření SWOT analýzy pro firmu Velves, kde se pokusím odhalit silné, a naopak i slabé stránky firmy.

1 Představení firmy/značky Velves

Nápad na vznik této firmy/značky vzešel z mé oblíbenosti značkových tenisek a oblečení. Uvědomuji si, že na trhu je spousta značek a stále jich hodně přibývá, což znamená velkou konkurenci. Značka bude prezentována minimalistickým stylem oblečení bez zbytečných obrázků a jiných prvků. Během částečné analýzy firem, které produkují textil jsem především narazil na 2 typy oblečení. První typ-potisk po celém výrobku. Druhý typ-jednobarevný textil bez potisku. Ovšem styl, který osobně preferuji se hledá hůře. V tento moment nastal ten hlavní zlom pro vznik této firmy. Za pomoci dostupných programů jsem začal vytvářet různé grafické návrhy vlastního textilu (trička, mikiny).

2 Použité nástroje

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Lightroom
- Adobe After Effects
- WordPress
- WordPress šablona

2.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator je komerční vektorový grafický editor od společnosti Adobe Systems. Vytvořen je od roku 1986 (první verze uvolněna v lednu 1987), kdy byl prvně vyvinut pro Macintosh. Současná verze je CC. Program se používá pro tvorbu vektorové grafiky.¹

2.2 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky (např. fotografií) vytvořený firmou Adobe Systems.²



Adobe Photoshop-vlastní 1

2.3 Adobe Lightroom

Adobe Photoshop Lightroom je software určený pro archivaci a úpravy digitálních fotografií. Lightroom zvládá mnoho funkcí a při používání je efektivní a rychlý. Jde o komplexní nástroj, s nímž profesionální fotograf zvládne úplný pracovní postup zpracování svých fotografií, takže většinou už nemusí použít žádné jiné programy.³

¹ Adobe Illustrator. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 5. 8. 2019 [cit. 2020-11-05]. Dostupné z:

<https://www.adobe.com/cz/products/photoshop-lightroom.html?promoid=RL89NGLD&mv=other>

² Adobe Photoshop. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 19. 7. 2020 [cit. 2020-11-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

³ Adobe Photoshop Lightroom. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-20 [cit. 2020-11-06]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop_Lightroom

2.4 WordPress

WordPress je svobodný open source redakční publikační systém napsaný v PHP a MySQL a vyvíjený pod licencí GNU GPL. Je oficiálním nástupcem systému b2/cafelog a má širokou uživatelskou a vývojářskou komunitu. Počet stažení předchozí verze 4.9 dosáhl od vydání téměř 174 milionů. Dle oficiálních statistik je používán jako CMS na 33 % webových stránek na světě a překonává tak open source CMS jako Joomla či Drupal, které se drží pod třemi procenty. ⁴

2.4.1 WordPress šablony

WordPress umožňuje uživatelům pohodlně nahrát a využívat různé druhy šablon. Standardní instalace přináší několik základních šablon, které mají demonstrovat aktuální možnosti redakčního systému. Nová základní šablona vychází každý rok s aktuální verzí systému. Základní šablony využívá cca 11 % českých WordPress webů. ⁵

2.4.2 Pluginy

WordPress je velmi oblíbený mimo jiné i díky pluginům, česky modulům, které umožňují rozšířit redakční systém o potřebnou funkci, kterou WordPress v základu neobsahuje. Z našeho pohledu existují dvě skupiny pluginů, respektive funkcí. První skupinu pluginů nazýváme „Nutné pluginy“, tedy funkce (pluginy), které by měl mít každý WordPress. Druhou skupinou jsou „Funkční pluginy“, které instalujete individuálně podle toho, co potřebujete, aby vaše stránky dělaly. ⁶

⁴ WordPress. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>

⁵ WordPress: Šablony. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 18. 12. 2020 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress#Šablony>

⁶ Kompletní návod na instalaci a nastavení WordPress. In: *Wpmax* [online]. wpmax, © 2016 -2021 wpmax.cz [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.wpmax.cz/instalace-wordpressu/#pluginy>

3 Jednotný styl

Jednotný vizuální styl je způsobem komunikace společnosti s veřejností, obchodními partnery a pracovníky uvnitř organizace. Podoba jednotného vizuálního stylu (Corporate Identity) vychází z vystupování a chování společnosti navenek a spoluvytváří její jedinečnou identitu.

Jednotný vizuální styl – Corporate Identity zahrnuje celou škálu pocitů od vizuálních vjemů (firemní logo, hlavičkový papír, vizitka, leták, katalog, výroční zpráva, vzhled obchodu nebo sídla firmy) až po finální dojem z daného výrobku nebo služby. Firemní image je výsledkem všeho, co společnost dělá anebo i nedělá.

Základními prvky jednotného vizuálního stylu společnosti by měla být hlavně grafický podoba značky, jednotný typ písma, barevnost a doplňkové prvky vizuálního stylu. Jejich podobu a užití kodifikuje grafický manuál.⁷

3.1 Logo a Logotyp

3.1.1 Logo

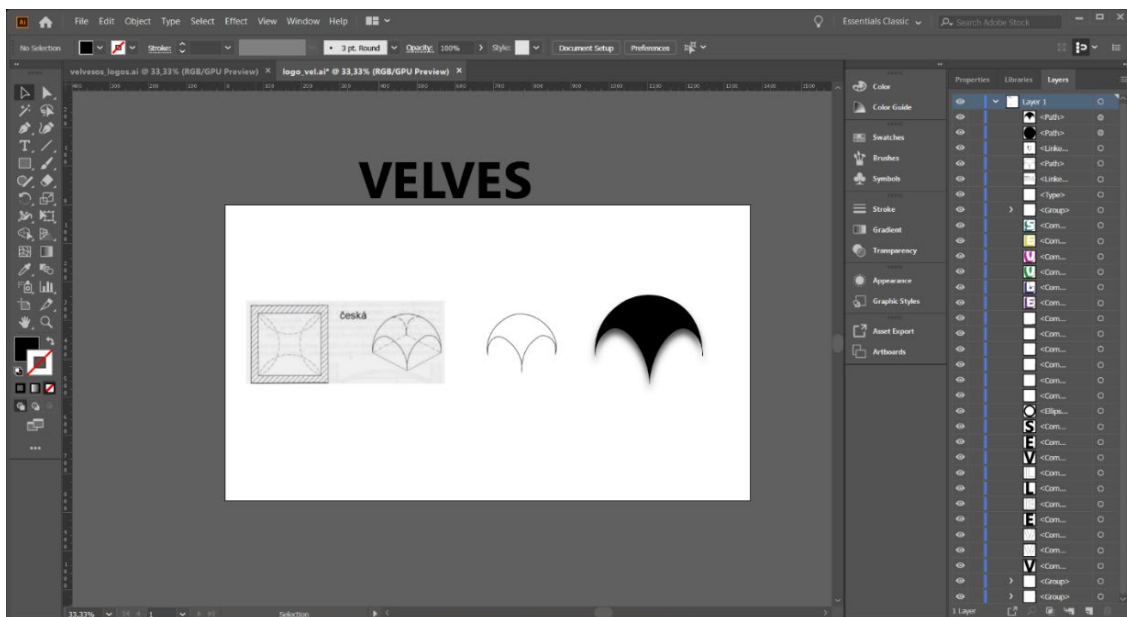
Logo patří mezi základ ztvárnění značky. Dobře navržené logo pomáhá rychleji si zapamatovat, vybavit a najít (identifikovat) značku (zákazník totiž nemusí číst název značky, logo vnímá podvědomě). Přidávání log na výrobky nebo reklamní materiály se označuje jako branding.⁸

3.1.1.1 Vznik loga

Během vytváření loga jsem hledal význam slova VELVES. Dostal jsem se ke slovu klenba. Našel jsem si nějaké náčrty klenby, které jsem přenesl do Adobe Illustrator.

⁷ Corporate Identity Design (CID) – jednotný vizuální styl. In: Grafická speciálka [online]. Ostrava-Vítkovice: Grafická speciálka, [21. století] [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://www.ooo-studio.cz/co-umime/corporate-identity-design-cid-jednotny-vizualni-styl-12.html>

⁸ Logo. In: Podnikatel.cz [online]. Praha: Internet Info, © 2007 – 2020 [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/pruvodce/obchodni-znacka-brand/logo/>



Adobe Illustrator-vlastní 1

Po přenesení nebylo třeba dělat žádné velké úpravy. Logo jako takové mi připadá jednoduché a lehce zapamatovatelné.



Logo Velves-vlastní 1

Základní barva loga je černá/bílá, další barvy mohou být použity dle návrhu textilu.

3.1.2 Logotyp

Logotyp je z hlediska grafického designu základním stavebním prvkem, kterým se firma prezentuje. Logo nebo značka firmy by mělo být výstižné, jednoduše zapamatovatelné a rozeznatelné, dobře reprodukovatelné (logo působí stejně ve zmenšené formě například na vizitce a stejně na billboardu). Logo by mělo být také funkční jak v černobílé verzi, stejně tak

i v barevné nebo negativní verzi. Proto je tvorbě a úpravě logotypu důležité věnovat velkou pozornost.⁹

3.1.2.1 Vznik logotypu

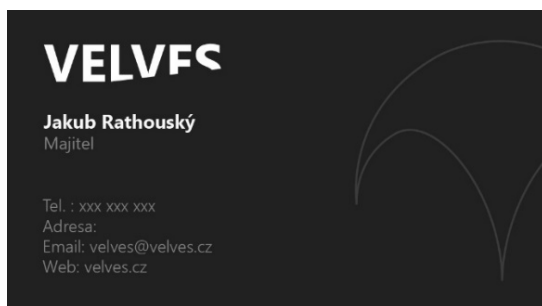
Vznik logotypu byl zcela náhodný. Hledal jsem jednoduchý název, který bude originální a znovu lehce zapamatovatelný.

VELVES

Logotyp Velves-vlastní 1

3.2 Vizitky

Vizitka je jednoduchý informační prostředek, často pěkné grafické dílko na malém kousku papíru (kartičce), zpravidla používané k obchodní propagaci.¹⁰



Vizitka Velves-vlastní 2



Vizitka Velves-vlastní 1

⁹ Logo, logotyp, značka... In: Grafická speciálka [online]. Ostrava-Vítkovice: Grafická speciálka, [21. století] [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://www.ooo-studio.cz/co-umime/logo-logotyp-znacka-11.html>

¹⁰ Vizitka. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Vizitka>

3.3 Hlavičkový papír

Hlavičkový papír je v dnešní době pro firmu stále důležitou součástí její korporátní identity. Podporuje profesionální dojem při obchodní korespondenci. Je důležitou součástí prvního dojmu. Kvalitně zpracovaný jednotný firemní vzhled dodá firmě punc profesionality.

VELVFC

Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam


Jakub Rathouský
Jednatel společnosti

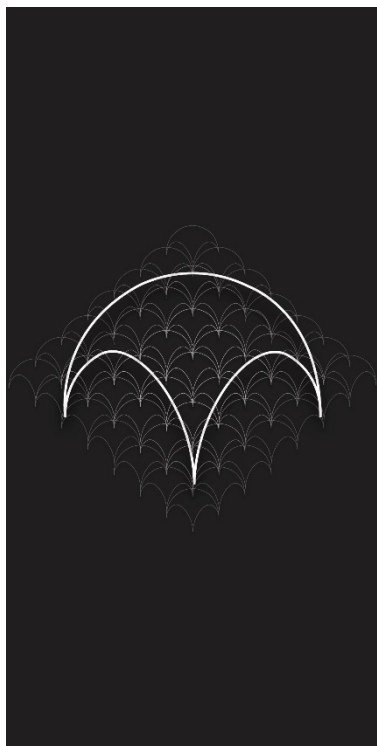


Hlavičkový papír Velves-vlastní 1

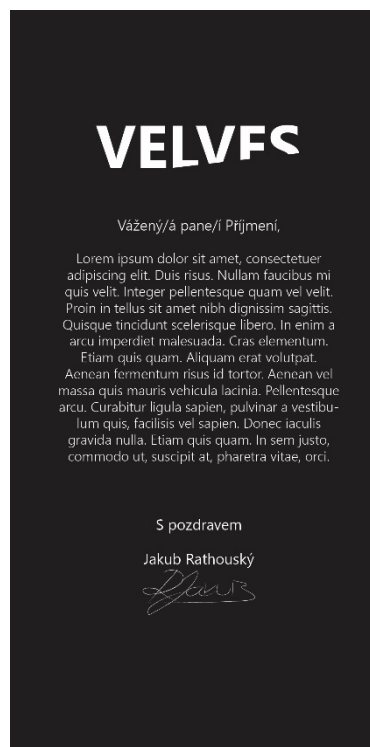
¹¹ Firemní hlavičkový papír. In: *Mediagrafik* [online]. Benešov: MEDIAGRAFIK, 2020 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediagrafik.cz/2020/05/firemni-hlavickovy-papir/>

3.4 Komplimentka

Komplimentka (compliment card) je součástí merkantilních tiskovin. Použití pro krátké vzkazy a jiné informace, které chceme předat formou, které zdůrazňuje firemní identitu. Tisk včetně expedice lze zadat a výrobu sledovat online.¹²

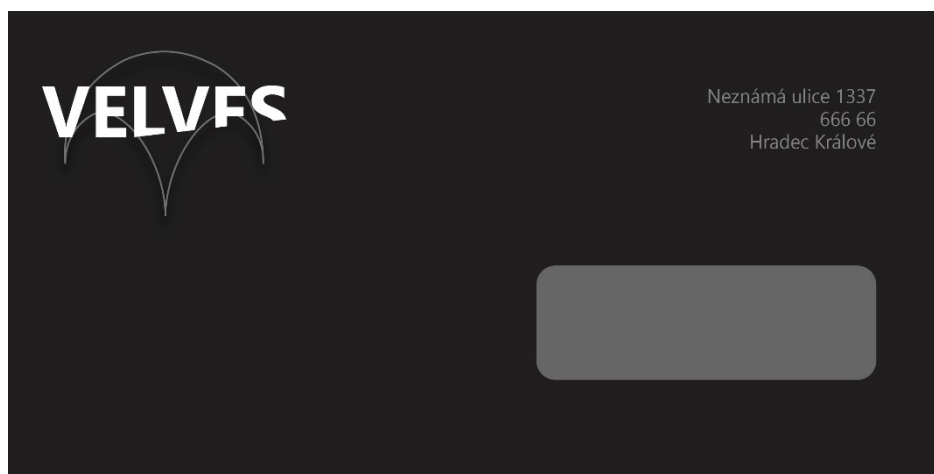


Komplimentka Velves-vlastní 2



Komplimentka Velves-vlastní 1

3.5 Dopisní obálka



Dopisní obálka Velves-vlastní 1

¹² Komplimentky. In: *Ontisk* [online]. Praha: on-tisk.cz [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://www.on-tisk.cz/produkty/tisk-komplimentek>

3.6 Reklamní věci

3.6.1 Polep auta Velves



Potisk auta Velves-vlastní 1

3.6.2 Bannery Velves



Banner Velves-vlastní 1



Banner Velves-vlastní 2

4 Textil

Potisk textilu se řadí mezi tradiční a oblíbené prostředky propagace. Technologie potisku se liší dle složitosti motivu potisku a dle požadavků zákazníka na množství, kvalitu a cenu. Mezi základní metody potisku textilu patří sítotisk, transferový tisk, digitální tisk nebo flexo tisk (řezaná reklama), ale nalezneme i další metody.¹³

4.1 Metody tisku

4.1.1 Sítotisk

Sítotisk je nejstarší a nejpoužívanější metodou potisku reklamní textilu i pracovních oděvů. Tato metoda vznikla v USA a do Evropy se dostala po druhé světové válce. Do České republiky ji „dovezl“ Tomáš Baťa. Sítotisk, někdy taky nazývaný šablonový tisk je technika, která se používá nejen k potisku reklamního textilu, ale i jiných materiálů.¹⁴

Před potiskem je potřeba připravit šablonu (síto), přes kterou se bude protlačovat barva na textil. Aby byl potisk kvalitní, je nutné dodat kvalitní podklady motivu (ideálně ve vektorech). Při potisku sítotiskem se na textil nanáší každá barva zvlášť. Pokud máte v motivu například 2 barvy, je potřeba udělat 2 přípravy. Grafiku si připravíme na PC a pro každou barvu v motivu vznikne tzv. film. Ten slouží pro přenesení motivu, nebo jeho části (pokud je motiv složen z více barev) na šablonu. Šablona je rám z kovu, dřeva, nebo plastu na který je napnuta speciální síťovina. Přenos motivu z filmu na šablonu je řešen osvitem. V místech krytých filmem zůstane zachována světlo citlivá vrstva nevytvrzená a místa, která byla vystavena světlu ztvrdnou. Poté se tiskový motiv vymyje vodou a po osušení je šablona připravena k uchycení do stroje. Následně se přes šablonu protlačuje stěrkou barva na textil. Pro kvalitnější překrytí je občas nutné opakované protlačení barvy. Proces se provede stejným způsobem pro každou barvu. Jakmile je textil potištěn, je vložen do tepelného tunelu, kde dojde k jeho vysušení a zafixování na textil. Šablona je po vymytí připravena pro další použití.¹⁵

4.1.1.1 Výhody sítotisku

Výhodou sítotisku je to, že **barva je přímo nanesena na textil** a je prakticky neodstranitelná. Naše barvy jsou **kvalitní** a barevnost motivu je výborná i při několika desítkách oprání. Při potisku většího množství textilu stále stejným motivem se lze dostat na **výhodné ceny**. Další výhodou je potisk motivu dle přesně definovaných barev dle **Pantone**.¹⁶

¹³ Druhy potisku textilu. In: *Chaseart* [online]. Břeclav: Chaseart [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <http://chaseart.cz/druhy-potisku-textilu/>

¹⁴ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

¹⁵ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

¹⁶ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

4.1.1.2 Nevýhody sítotisku

Vysoká cena při menším množství. Prakticky se nevyplatí tisk na 1-5 ks z důvodu náročné předtiskové přípravy. Další nevýhodou je potisk na různé druhy umělých materiálů (montérky, sportovní trička atd.), kde nemusí dojít ke 100% překrytí barvou.¹⁷

4.1.2 Transferový potisk

Technologie využívá principu sítotisku. Netiskne se však přímo na textil, ale na speciální transferový papír a až následně se motiv za vysokého tlaku a teploty (až 190 °C) fixuje na textil.¹⁸

4.1.2.1 Výhody transferu

Výhodou transferu je možnost aplikace na více druhů textilních materiálů při zachování **dokonalého krytí** textilu motivem. Transfer lze aplikovat i na sportovní trička. Aby se motiv při větším namáhání nepotrhal, přidáváme do barvy směs pro **zvýšení pružnosti** motivu. Zde bychom rádi upozornili, že motiv se na textilu nestane natahovacím, ale nebude tak náchylný na poškození. Další výhodou transferu tkví v tom, že je **možné tisknout velmi tenké kontury, detaily loga a vícebarevné motivy** i na textil, který nemá 100% kvalitní a vybroušený povrch. Linky a jiné detaily tak „neuhnou“. Další výhodou je možnost tisku dle přesně definovaných barev Pantone.¹⁹

4.1.2.2 Nevýhody transferu

Prakticky se jedná o stejně náročnou předtiskovou přípravu jako u sítotisku, a tudíž je tato technologie vhodná pro vyšší počet kusů. Pro někoho může být transfer překážkou v tom, že motiv je na textil zažehlen. Jedná se o fólii a motiv tak není přirozený, jako je tomu u sítotisku. Doporučujeme praní na max. 40 °C, praní naruby a motiv nepřehřívát.²⁰

¹⁷ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

¹⁸ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

¹⁹ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁰ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

4.1.3 Digitální tisk

Digitální tiskárna je moderní zařízení **převážně na potisk triček**, kde motivy mohou být složité mnohobarevné obrázky. Tiskárnu na trička si lze představit jako klasickou domácí tiskárnu, ale ve větším provedení, kde se do tisku pošle motiv a tiskárna ho na tričko jednoduše natiskne.²¹

4.1.3.1 Výhody digitálního potisku

Výhodou digitálního potisku je **nenáročná předtisková příprava** a možnost tisku složitých barevných obrázků a motivů již od menšího množství kusů. Touto metodou lze tisknout i **barevné fotografie**. Barva se do textilu „vsákne“ a na omak působí téměř jako by na textilu žádný potisk nebyl.²²

4.1.3.2 Nevýhody digitálního potisku

Barvy nejsou 100% výrazné. Sytost barev záleží na materiálu, na který se motiv aplikuje. Potisk na trička ze 100% bavlny má nejlepší výsledky a motiv je výrazný. Čím více polyesteru však textil obsahuje, tím víc motiv ztrácí na sytosti. Pokud požadujete tisk složitého barevného motivu na textil z umělých vláken (mikiny, montérky, bundy), doporučujeme tisk řezanou grafikou. Další nevýhodou je výrazně vyšší cena při potisku na černý textil, a to z důvodu nutné penetrace speciálním podkladovým nátěrem.²³

4.1.4 Flexová fólie (řezaná grafika)

Metoda flex neboli řezaná grafika je technologie, kterou se tisknout jednoduché jednobarevné motivy. Motiv se nejprve vyřeže pomocí řezacího plotru na předem vybranou barvu fólie. Po vyřezání se odstraní přebytečná fólie a zůstane pouze motiv. Takto připravená fólie se zažehlí při vysokém tlaku a teploty na textil.²⁴

²¹ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²² Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²³ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁴ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

4.1.4.1 Výhody flexové fólie

Velkou výhodou je nenáročná předtisková příprava a **vysoká odolnost** vůči poškození. Hodí se například na potisk pracovních oděvů v menších počtech, nebo se touto metodou tisknou takové motivy, které se na oděvu často mění. Typickým příkladem je **potisk triček**, mikin, dresů a jiného textilu jménem, nebo číslem. Fólie má **výborné krytí** a lze ji aplikovat i na hrubší textil, např. fleecové mikiny, nebo montérky. Lze tisknout také plnobarevné motivy-způsob přípravy motivu je popsán níže (Plnobarevná řezaná grafika).²⁵

4.1.4.2 Nevýhody flexové fólie

Tenká fólie, která na hrubším materiálu kopíruje povrch textilu. Je nutné dodržovat praní na max. 40 °C, nepoužívat aviváž, prát naruby a motiv nepřezehlovat. Vzhledem k tomu, že motiv je do fólie vyřezán na plotru a následně se odstraňuje přebytečná fólie, není možné tisknout drobné detaily. U těchto detailů by mohlo dojít k jejich odstranění spolu s přebytečnou fólií. Lze vybírat pouze ze vzorníku barev fólií, nelze tisknout podle **Pantone**.²⁶

4.1.5 Flocková fólie (řezaná grafika)

Způsob aplikace flockové fólie je obdobný jako u flexové fólie. Tyto dvě fólie se liší v povrchu. Flexová fólie je hladká, zatímco flocková má na sobě drobné chloupky a na dotyk působí jako **samet**. Pokud se tiskne na hladký textil, motiv vystupuje nad povrch textilu a vytváří **dojem 3D loga**.²⁷

4.1.5.1 Výhody flockové fólie

U flocková fólie je stejně jako u flexové méně náročná předtisková příprava, **vysoká odolnost, trvanlivost a stálobarevnost**. Aplikaci lze provádět na trička, mikiny, čepice i montérky. Doporučujeme praní na max. 40 °C, praní naruby a motiv nepřezehlovat.²⁸

4.1.5.2 Nevýhody flockové fólie

Podobně jako u Flexu čili výběr barev ze vzorníku, který je u flockové fólie omezenější a možnost tisknout dle **Pantone** barev. Touto metodou nelze tisknout vícebarevné motivy.²⁹

²⁵ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁶ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁷ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁸ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

²⁹ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

4.1.6 Plnobarevná řezaná grafika

Tato metoda se liší od předchozí (Flexová fólie) tím, že než dojde k vyřezání motivu na plotru, vytiskne se na fólii požadovaný motiv. Až jakmile je motiv vytisknut, dochází k vyřezání obrazce na plotru. Po vyřezání a odstranění přebytečné fólie je motiv připraven pro aplikaci na textil. Stejným způsobem jako u předchozí metody řezané grafiky se i v tomto případě fixuje za vysokého tlaku a teploty pomocí termolisu.³⁰

4.1.6.1 Výhody plnobarevné řezané grafiky

Díky snadnější předtiskové přípravě je **potisk triček možný již od menšího množství kusů**. Tisknout lze i složité barevné obrázky a fotografie. Oproti předchozí technologii digitálního potisku lze touto metodou úspěšně tisknout kromě triček i na nebavlněné materiály, pracovní montérky, bundy a jiné oblečení. Potisknutý obrázek je pevně **zafixovaný a stálobarevný**.³¹

4.1.6.2 Nevýhody plnobarevné řezané grafiky

Nevýhody jsou podobné jako u flexové fólie. Je nutné dodržovat praní na max. 40 °C, nepoužívat aviváž, prát naruby a motiv nepřezehlovat. Stejně tak není možné tisknout složité detaily, které by se mohly odstranit z podkladové fólie při odstraňování přebytečné fólie.³²

³⁰ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

³¹ Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

³² Potisk triček a textilu. In: *Dobrytextil* [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>

4.2 Návrhy textilu

Při tvorbě návrhu jsem použil osobní preference, a to jednoduchý a vkusný design, který nutně nemusí zaujmout jen mladší generace.



Návrh mikiny Velves-vlastní 1



Návrh mikiny Velves-vlastní 2

5 Sociální sítě Sociální sítě

Sociální síť, společenská síť nebo komunitní síť je služba na internetu, která registrovaným členům umožňuje si vytvářet osobní veřejný či částečně veřejný profil, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, provozovat chat a další aktivity.³³

5.1 Proč být na sociálních sítích?

V dnešní době je na sociálních sítích velká většina populace a dle mého není lepší místo, kde propagovat vlastní značku. Dle mého je to velice úderné a pro uživatele příjemné prostředí. Jeden z důvodů je ten, že na soc. sítích trávíme denně nespočet hodin času. Dalším aspektem je algoritmus a snadná komunikace např. na Instagramu a Facebooku. Důležité také je, si uvědomit, že na soc. sítích je nespočet firem a v tomto případě si myslím, že kvalita je lepší než kvantita. Což si po mém průzkumu z různých zdrojů, myslí i většina odborníků na toto téma.

„Smiřte se s tím, že vaše značka nikoho kromě vás nezajímá, a snažte se to změnit. Zkoušejte, testujte a sledujte, co dělá konkurence a velké značky. Vytvářejte takový obsah, který by vás samotné zajímal, kdyby ho tvořil někdo jiný.“ — Zuzana Kadecká, country manažerka, Martinus.cz³⁴

³³ Sociální sítě. In: Imacz [online]. Kroměříž: IMacz, © 2017 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.imacz.cz/socialni-site>

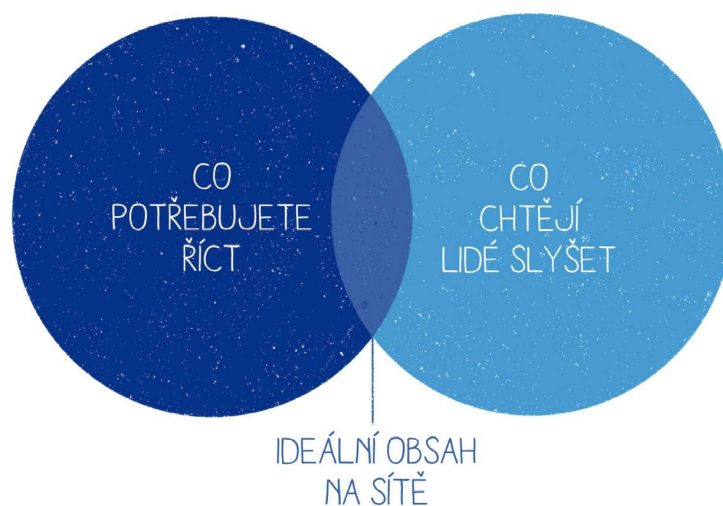
³⁴ Značky na sociálních sítích. *Jak na sítě (Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích)* [online]. Brno: Jan Melvil Publishing, 2019 [cit. 2021-03-13]. ISBN 9788075550859. Dostupné z: eBook Collection (EBSCOhost)

5.2 Jaký obsah vytvářet?

Ted' se podíváme detailněji na konkrétní obsah vašich sdělení, resp. si odpovíme na nejčastěji pokládanou otázku našich kurzistů: „Co mám, sakra, na ty sítě pořád dávat?“

Váš obsah:

- nesmí smrdět marketingštinou,
- je přizpůsobený Karlovi,
- má přidanou hodnotu pro vaše fanoušky,
- respektuje prostředí dané sítě, myslí na to,
- proč lidé chodí na sítě,
- bere v potaz chování lidí na síti,
- jde ruku v ruce s vaší strategií,
- má jasný cíl a definovanou cílovou skupinu,
- je důvodem vás sledovat.³⁵



Obsah sítě-zdroj citace č.16 1

V dnešní době, kde spousta lidí sdílí, co měli dnes k obědu a co budou dělat za půl hodiny je ale důležité si položit hned několik otázek obzvláště, když se snažíte vytvořit vlastní značku. Proč vlastně vytvářím tento příspěvek, z jakého důvodu a za jakým účelem. Dejte vašemu obsahu nějakou předanou hodnotu. Při průzkumu „StreetWear“ značek na Instagramu si můžete povšimnout, že vás např. informují o novinkách co se týče různých trendů oblékání, další značky se vás mohou pokusit pobavit nebo vám předat nějakou jejich myšlenku.

³⁵ Obsahový marketing. *Jak na sítě (Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích)* [online]. Brno: Jan Melvil Publishing, 2019 [cit. 2021-03-13]. ISBN 9788075550859. Dostupné z: eBook Collection (EBSCOhost)

5.3 Facebook

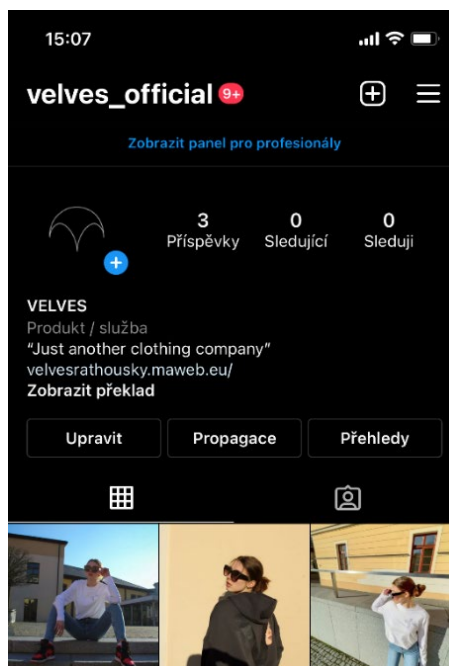
Facebookový profil firmy Velves, kde bylo vytvořeno několik příspěvků.



Facebook profil Velves-vlastní 1

5.4 Instagram

Instagramový profil Velves, který obsahuje krátký popis značky a odkazuje na web. Zároveň obsahuje několik příspěvků.



Instagram profil Velves-vlastní 1

6 SWOT analýza

SWOT analýza je asi nejčastěji používanou technikou pro **hodnocení faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace**. Nejen, že je graficky přehledná, ale ve své podstatě je velmi stručná a přitom komplexní.

Nejčastěji se používá jako **situační analýza pro strategické plánování**. S její pomocí posoudíte předpoklady podniku pro **uskutečnění strategie na trhu**. Nemusí jít jenom o přípravu strategie společnosti jako takové, ale dá se také využít pro dílčí projekty, nové produkty nebo služby.

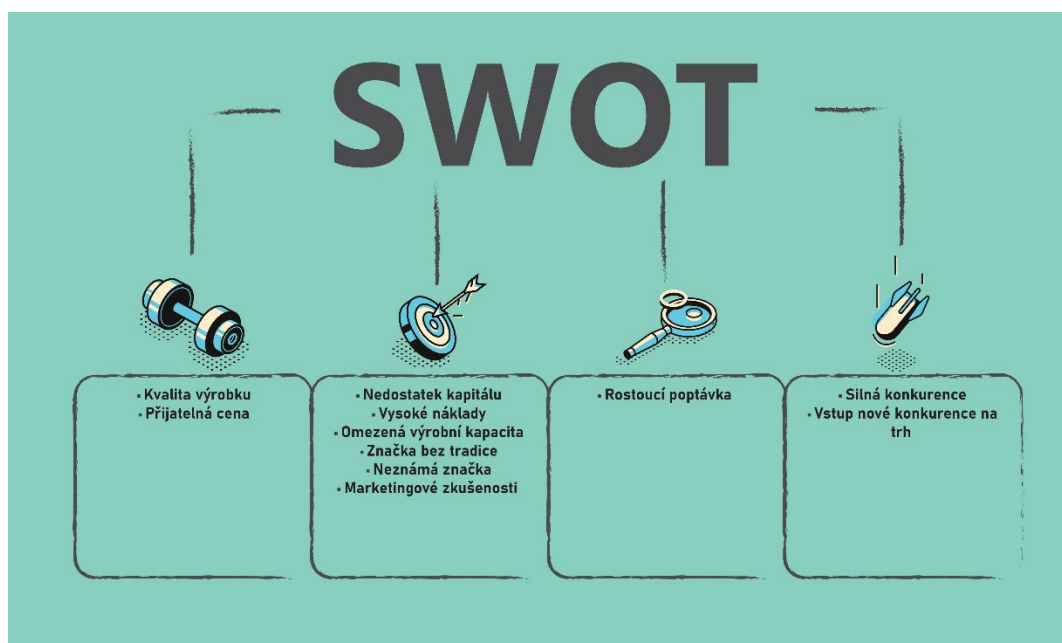
Samotná zkratka SWOT je odvozena od anglických názvů skupin, do kterých se faktory rozdělují. Pro přehlednost se faktory zapisují do matice nebo grafu.³⁶

S – Strengths – silné stránky

W – Weaknesses – slabé stránky

O – Opportunities – příležitosti

T – Threats – hrozby



SWOT-vlastní 1

³⁶ SWOT analýza a její využití. In: *Bridge* [online]. Bratislava: Jan Pořízek, 2019 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/swot-analyza-a-jeji-vyuziti/>

7 Závěr

Tato práce se zabývala vypracováním jednotného stylu fiktivní značky Velves. Nadále vypracováním návrhu výrobků a vytvořením e-shopu, kde se tyto výrobky mají objevovat.

Při vytváření jednotného stylu jsem nenarazil na žádný větší problém. Problémy se vyskytly až při tvorbě webu, kde jsem měl z počátku problémy s hostingem a poté se objevily i problémy s pluginy WordPressu. Dále jsem narazil na úskalí při úpravě šablony, kde nebylo možné upravit určité prvky. Tento problém jsem řešil pomocí jednoduchého CSS. Po vyřešení všech problémů s webem a zhotovením konečného rozložení stránky jsem už narazil jen na problém typu nedostatečného obsahu. Vzhledem k tomu, že web je tvořen jako e-shop, tak jsou hlavními prvky na webu určité výrobky, které propagujete/prodáváte. Nedostatek výrobků=nedostatek obsahu. Na závěr jsem se po přečtení několika článků s nadpisem SWOT pokusil nastínit silné a slabé stránky firmy, kde jsem především narážel na ty slabší stránky.

I přes to, že je tato firma fiktivní, tak tento projekt byl přínosný. Naučil jsem se lépe pracovat s redakčním systémem WordPress. Zlepšil některé dovednosti v programech Adobe a získal několik cenných informací/zkušeností.

8 Seznam citací

1. Adobe Illustrator. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 5. 8. 2019 [cit. 2020-11-05]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshoplightroom.html?promoid=RL89NGLD&mv=other>
2. Adobe Photoshop. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 19. 7. 2020 [cit. 2020-11-06]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop
3. Adobe Photoshop Lightroom. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-20 [cit. 2020-11-06]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop_Lightroom
4. WordPress. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>
5. WordPress: Šablony. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, 18. 12. 2020 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress#Šablony>
6. Kompletní návod na instalaci a nastavení WordPress. In: Wpmax [online]. wpmax, © 2016 -2021 wpmax.cz [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.wpmax.cz/instalace-wordpressu/#pluginy>
7. Corporate Identity Design (CID) – jednotný vizuální styl. In: Grafická speciálka [online]. Ostrava-Vítkovice: Grafická speciálka, [21. století] [cit. 2020-11-12].

- Dostupné z: <https://www.ooo-studio.cz/co-umime/corporate-identity-design-cid-jednotny-vizualni-styl-12.html>
8. Logo. In: Podnikatel.cz [online]. Praha: Internet Info, © 2007 – 2020 [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/pruvodce/obchodni-znacka-brand/logo/>
 9. Logo, logotyp, značka... In: Grafická speciálka [online]. Ostrava-Vítkovice: Grafická speciálka, [21. století] [cit. 2020-11-12]. Dostupné z: <https://www.ooo-studio.cz/co-umime/logo-logotyp-znacka-11.html>
 10. Vizitka. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Vizitka>
 11. Firemní hlavičkový papír. In: Mediagrafik [online]. Benešov: MEDIAGRAFIK, 2020 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediagrafik.cz/2020/05/firemni-hlavickovy-papir/>
 12. Komplimentky. In: *Ontisk* [online]. Praha: on-tisk.cz [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://www.on-tisk.cz/produkty/tisk-komplimentek>
 13. Druhy potisku textilu. In: Chaseart [online]. Břeclav: Chaseart [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <http://chaseart.cz/druhy-potisku-textilu/>
 14. Potisk triček a textilu. In: Dobrytextil [online]. Bystřice pod Hostýnem: Dual Trade, © 2011 - 2021 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.dobrytextil.cz/info/potisk-tricek-a-textilu>
 15. Sociální síť. In: Imacz [online]. Kroměříž: IMacz, © 2017 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.imacz.cz/socialni-site>
 16. Značky na sociálních sítích. Jak na síť (Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích) [online]. Brno: Jan Melvil Publishing, 2019 [cit. 2021-03-13]. ISBN 9788075550859. Dostupné z: eBook Collection (EBSCOhost)
 17. SWOT analýza a její využití. In: Bridge [online]. Bratislava: Jan Pořízek, 2019 [cit. 2021-03-13]. Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/swot-analyza-a-jeji-vyuziti/>

9 Seznam obrázků

ADOBE PHOTOSHOP-VLASTNÍ 1	9
ADOBE ILLUSTRATOR-VLASTNÍ 1	12
LOGO VELVES-VLASTNÍ 1	12
LOGOTYP VELVES-VLASTNÍ 1	13
VIZITKA VELVES-VLASTNÍ 1	13
VIZITKA VELVES-VLASTNÍ 2	13
HLAVIČKOVÝ PAPIR VELVES-VLASTNÍ 1	14
KOMPLIMENTKA VELVES-VLASTNÍ 1	15

KOMPLIMENTKA VELVES-VLASTNÍ 2	15
DOPISNÍ OBÁLKA VELVES-VLASTNÍ 1	15
POTISK AUTA VELVES-VLASTNÍ 1	16
BANNER VELVES-VLASTNÍ 1	16
BANNER VELVES-VLASTNÍ 2	16
NÁVRH MIKINY VELVES-VLASTNÍ 1	22
NÁVRH MIKINY VELVES-VLASTNÍ 2	22
OBSAH SÍTĚ-ZDROJ CITACE Č.16 1	24
FACEBOOK PROFIL VELVES-VLASTNÍ 1	25
INSTAGRAM PROFIL VELVES-VLASTNÍ 1	25
SWOT-VLASTNÍ 1	26