



DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, Základní škola a Mateřská škola s.r.o. Ke Kamenci 151, PARDUBICE

MATURITNÍ PROJEKT

*Portfolio firmy **GAMESUIT** pro marketingové komunikace*

Autor: Matěj Denis Novotný

Třída: 4.A

Studijní obor: Informační technologie 18-20-M/01

Školní rok: 2021/22

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení: *Matěj Denis Novotný*
Školní rok: *2021/2022*
Třída: *4.A*
Obor: *Informační technologie 18-20-M/01*

Téma práce: *Porfolio firmy **GAMESUIT** pro marketingové komunikace*
Vedoucí práce: *ak. mal. Daniel Vaclavík*

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

- grafický návrh logotypu
- korporátní identity – pravidla pro použití logotypu, typografie, vizitka, web, příklady použití
- tvorba responsivního webu
- návrh bannerů
- vytvoření stránek na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram)
- grafický návrh propagačních předmětů (náramky, placky, nálepky)
- grafický návrh firemního textilu (mikiny, trička)
- vytvoření videí a fotek s firemním textilem

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

- do 30.9 2021 – hotový návrh logotypu a jeho použití
- do 30.10 2021 – Shrnutí korporátní identity
- do 31.1 2022 – hotový návrh responsivního webu, stránky na sociálních sítích, zkompletování filmů a videí
- do 31.3. 2022 – hotový grafický návrh propagačních předmětů a firemního textilu

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

V Pardubicích dne: _____

Tímto děkuji ak. mal. Danielu Václavíkovi za odborné vedení maturitního projektu a podnětné návrhy na jeho rozšíření.

Anotace

Cílem maturitní práce bylo vytvořit fiktivní firmu pro prodej oblečení s herními potisky. Potisky jsou tvořeny na základě už existujících herních postav. Postavy byli předlohou pro potisky, které byli tvořeny v programu Adobe Photoshop.

Klíčová slova

Logomanuál, mock-up, logotyp, úvodní stránka, patička, Ikona firmy, produktovka, post

Annotation

The aim of the graduation thesis was to create a fictitious company to sell clothing with game prints. The prints are based on pre-existing game characters. The characters were a model for the prints, which were created in external programs.

Key words

Logomanual, mock-up, logotype, landing page, footer, company icon, product photo, post

Obsah

1. Použité nástroje.....	8
1.1 Adobe Photoshop 2022.....	8
1.2 Adobe Illustrator 2022.....	8
1.3 Adobe InDesign 2022	8
1.4 Adobe XD 2022.....	8
1.5 Adobe Premiere 2022.....	9
1.6 Adobe After Effects	9
1.7 Adobe Lightroom 2022.....	9
Teoretická část	10
2 SWOT Analýza.....	10
3 Persony.....	11
3.1 Persona ½	12
3.2 Persona 2/2	12
Praktická část.....	13
4 Logo	13
5 Ikona firmy.....	15
6 Návrh webové stránky firmy GAMESUIT.....	16
7 Firemní produkt.....	19
8 Reklamní návrh.....	23
9 Sociální sítě.....	25
9.1 Twitter	26
9.2 Youtube	27
9.3 Facebook	28
9.4 Instagram.....	29
10 Závěr	30
11 CITACE	31
12 Seznam obrázků	32
13 Seznam příloh.....	33
14 Přílohy.....	7
14.1 Logomanuál	7
14.2 Nálepky.....	16
14.3 Náramky	17
14.4 Placky.....	18
14.5 Vízitka	19

Úvod

Jako svůj maturitní projekt jsem si zvolil portfolio firmy *GAMESUIT* pro marketingovou komunikaci. Tento nápad jsem si vybral z důvodu výzvy. Chtěl jsem si vyzkoušet, jak je náročné dělat grafiku v programech jako Photoshop a abych mohl využít svoji zkušenost s grafickým tabletem, který jsem použil při vytváření potisku na oblečení. Zároveň jsem si chtěl vytvořit návrh vlastního webu v programu Adobe XD, abych nebyl omezený svojí neznalostí v kódování stránek.

Cílem firmy je prodávat oblečení s herní tematikou a postupným přidáváním nových postav přes internetový E-shop.

1. Použité nástroje

„Creative Cloud je kolekce více než 20 aplikací pro úpravy fotografií, tvorbu videí, grafický design, návrh webů a uživatelských rozhraní a tvorbu obsahu pro sociální sítě. Obsahuje také základní zdroje, jako jsou palety barev nebo rodiny písem, a nástroje pro spolupráci s kýmkoli a odkudkoli. Připojte se k naší globální komunitě, abyste se mohli učit, rozvíjet a posouvat dopředu.“ [1]

1.1 Adobe Photoshop 2022

Program Adobe Photoshop 2022 je používán spíše na retušování fotografií a další práci s nimi. V tomto případě byl použit ke tvoření potisků na mikiny. Funkce, které byli nejvíce užívány v této aplikaci byli: štětec, kapátko, guma. Tento program taky pomohl k retušování propagačních fotek pro web. Dále byl použit na vytváření různých mock-upů, které mám zahrnuté ve svém logomanuálu.

1.2 Adobe Illustrator 2022

Program Adobe Illustrator 2022 je produkt pro vytváření grafických návrhů jako jsou loga. I když všechny možnosti Illustratoru jsou obsaženy i v programu Photoshop, tak má jednu výhodu a tou je vektorová grafika. To znamená, že práce v Illustratoru bude přesnější a ostřejší než v jiných programech. V tomto případě byl použit ke tvorbě loga firmy, ikony firmy, které následně bude zároveň jako potisk na produktech.

1.3 Adobe InDesign 2022

Program Adobe InDesign 2022 je produkt pro vytváření stránkových dokumentů. InDesign se normálně používá na tvorbu časopisů různých článků atd. V tomto případě byl použit ke tvorbě logomanuálu. V podstatě všechno textovou práci.

1.4 Adobe XD 2022

Program Adobe XD 2022 je produkt k vytváření grafických návrhů webu. V tomto případě byl použit ke tvorbě návrhu webové stránky responzivní jak pro počítače, tak i pro mobily. V projektu XD jsou desítky stránek, které mají všechny vlastní funkčnost.

1.5 Adobe Premiere 2022

Program Adobe Premiere Pro 2022 je program určený pro stříhání a další dodatečnou práci s animacemi, filmy nebo klasickými videi. V tomto projektu byl použit ke sestřihání videa na platformu Youtube.

1.6 Adobe After Effects

Program Adobe After Effects slouží k mnoha animacím, přechodům a efektům, pro které je samotný Adobe Premiere Pro krátký. Tento produkt byl využit pro animaci loga, které jde vidět na hlavní stránce webu a je obsažen ve videu na platformě Youtube.

1.7 Adobe Lightroom 2022

Program Adobe Lightroom 2022 je program, který se většinou používá k ladění fotek. Tímto faktorem je příbuzný Photoshopu kvůli jeho funkcím. Rozdíl je že Lightroom je pouze k retušování fotek a jejich kategorizováním. V tomto případě byl použit k ladění produktovek. Produktové fotky byli foceny ve školním ateliéru.

Teoretická část

2 SWOT Analýza

„SWOT analýza je univerzální analytická technika používaná pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (například nového produktu či služby). Nejčastěji je SWOT analýza používána jako situační analýza v rámci strategického řízení a marketingu. Autorem SWOT analýzy je Albert Humphrey, který ji navrhl v šedesátých letech 20. století. SWOT je akronym z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů.“ [5]

Zkratka SWOT má původ z anglických slov **Strengths** (silné stránky), **Weaknesses** (slabiny), **Opportunities** (možnosti), **Threats** (hrozby).

Strengths – Síla firmy spočívá v tom, že herní průmysl je velice populární a rozšířený. To znamená, že v ČR je hodně hráčů, kterým by se náš produkt mohl líbit.

Weaknesses – Slabiny jsou způsobeny tím, že GAMESUIT teprve začínající firma, takže o ní není takové povědomí. Ze stejného důvodu není velký arzenál potisků, takže naše variace produktů není moc velká.

Opportunities – Možnost je v tom, že potisky jsou originálně vytvářeny editory, takže to není lehká kopírka, což by mohlo zákazníka přimět si produkt koupit. Dále je produkt jednoduchý.


Threats – Hrozba firmy jsou konkurenční firmy, které mají stejný nebo podobný návrh. Potencionálnímu zákazníkovi by se mohli jejich produkty líbit víc z důvodu, že jejich potisky jsou více identické reálné vizualizaci ve hře.

3 Persony

„Součástí úvodní fáze příprav obsahového marketingu by měla být i tvorba person. Persona v kontextu obsahového marketingu je detailní popis fiktivní osoby, která by mohla být vhodným konzumentem našeho obsahu či vhodným zákazníkem našeho podnikání. Persony si můžeme představit jako profily lidí, pro které budeme náš obsah psát. Bližší definici tohoto marketingového pojmu si přečtete v našem slovníku. V tomto článku se podíváme na to, proč je vytvoření person důležité, jak je vytvořit a s čím vám profily pomohou. Abyste mohli profily několika osob vytvořit, musíte znát své zákazníky a jejich potřeby. Také je důležité vědět, jak tyto potřeby může uspokojit vaše podnikání.“ [6]

Jako persony byli vybráni 2 typy. Jeden muž a jedna žena. 2 typy lidí, co by si potencionálně mohli koupit jeden z produktů a mohla by je zaujmout firma GAMESUIT. Tj., že možný zákazník by byl hráč v letech mezi 18–30 lety, který na jednu stranu chce vypadat stylově a nosit věc, která reprezentuje jeho zájmy a koníčky. Ku příkladu sportovci, co chodí do posiloven mají trika s nápisem „Fitness is my passion“, tak zákazník, který rád hraje počítačové hry a nestydí se za to bude nosit mikinu GAMESUIT s potiskem jeho oblíbeného herního hrdiny na zádech.

3.1 Persona 1/2

Václav	
Věk: 25 Povolání: Pracuje v Alze Příjem: 25 000/měsíc Stav: Nezadaný Děti: Nemá Lokalita: Ústí nad Labem Volný čas: Hraje počítačové hry Normální den: Práce, počítačové hry, spánek Potřeby a problémy: Potřebuje jenom elektřinu a co mít na sebe. Je mu jedno co nosí.	

Obrázek 1 Persona 1 ZDROJ: Pexels

3.2 Persona 2/2

Žaneta	
Věk: 19 Povolání: Student Příjem: Mama hotel Stav: Nezadaná Děti: Nemá Lokalita: Pardubice Volný čas: Hraje počítačové hry Normální den: škola, počítačové hry Potřeby a problémy: Jenom chce vypadat stylově	

Obrázek 2 Persona 2 ZDROJ: Pexels

Praktická část

4 Logo

„Logo je symbol složený z textu a obrázků, které identifikují podnik. Dobré logo ukazuje, co firma dělá a čeho si značka cení. Snad nejzákladnější funkcí loga je dát vašemu podniku jedinečnou značku, která vás odlišuje od ostatních podniků. To je zvláště důležité, pokud má váš podnik konkurenci (což dělá 99,9 % z nich). Než získáte logo pro svou firmu, budete chtít zkoumat, jak vypadají vaši konkurenti, abyste se mohli sami umístit. Samozřejmě nechcete být tak neobvyklí, aby potenciální zákazníci vaší značce nerozuměli.“ [2]

Logo firmy přesně definuje poslední větu citace, kdy se chce, aby zákazníci věděli, o co se jedná a co firma nabízí. Z názvu GAMESUIT, kde se sousloví skládá ze slov „Game“ (což v češtině znamená hra) a „Suit“ (což v češtině znamená oblek) společně znamená v překladu „herní oblek“. Někdo by si mohl myslet, že se tady budou prodávat obleky jako saka atd., ale není tomu tak. Slovo „suit“ v tomto případě značí „šaty“ nebo „ustrojit se“.

Logotyp GAMESUIT je tvořen názvem značky GAMESUIT, kdy se logo rozděluje do dvou slov GAME a SUIT, která navzájem na sebe kontrastují s černou (#000000, CMYK) a bílou (#FFFFFF, CMYK). Slovo GAME má vždy bílou barvu textu s černým pozadím a slovo SUIT má vždy černou barvu textu s bílou barvou pozadí. Barvy pozadí na sebe narážejí mezi slovy.

Zde jde vidět základní a hlavní logo firmy GAMESUIT.

Obrázek 3 Logo hlavní ZDROJ: Vlastní

Na dalším obrázku jde vidět první typ odsazení od textu (ochranná vrstva textu)

Conseque molorep ratusti oreium dolut quassitatur aliati officiist, si untore quam delectatem cone
cusdandi nonecus animi, omnis perest, et voluptas ditat eveles utempor eptioreiure, omnianim
haribus ipsant dolore, odis sim vid quod maior mod ma voluptiur rest, cum quas simi, ommolo-
rior re, accullaut
etu- rere
rferovi ducius
volo- remquid
magni- mil ius
de et is et dolo-
ristota cusame
dolum illabor
a pra nonse est, cone plicien ihitatur aperrorum nus, nimust quis dolupienimos eaquam non
re nobit quatur?onseque molorep ratusti oreium dolut quassitatur aliati officiist, si untore quam

Obrázek 4 Ochranná vrstva loga ZDROJ: Vlastní

Jako následující je druhý typ odsazení obecný

Obrázek 5 Ochranná vrstva loga 2 ZDROJ: Vlastní

5 Ikona firmy

Ikona firmy je typ loga, který je použit na profilové fotky na sociálních sítích. Tuto ikonu se snažilo dát i na produkty, ale z tohoto nápadu se sešlo kvůli špatnému vzhledu. Byli v procesu dvě ikony loga. Na první náhledu loga vlevo se použil obrys saka nebo pánského obleku v černé barvě a v něm se objevuje obrys konzolového ovladače, což mělo naznačovat hráčský motiv. Z tohoto motivu se sešlo z důvodu náročného přizpůsobení k proporcím profilových obrázků. Jako druhý typ, který se vyskytuje na našich sociálních sítích se nachází na pravé straně. Rozhodlo se pro toto logo, kvůli své zaoblenosti, takže se logo lépe přizpůsobuje rozlišení profilových fotek. Na druhou stranu logo ztrácí hráčský motiv. Toto logo bylo vybráno kvůli jeho jednoduchosti.



Obrázek 7 Původní ikona firmy



Obrázek 6 Stávající ikona firmy

6 Návrh webové stránky firmy GAMESUIT

„Pravděpodobně nejpodstatnější částí každého webu je design. Vizuální obsah webových stránek, včetně textu, snímků a rozložení, je to, co návštěvníci vidí a s čím spolupracují, když poprvé dorazí na vaši domovskou stránku. Podobně jako každý první dojem může mít i design webových stránek obrovský vliv na to, jak návštěvníci vnímají váš výrobek nebo službu. Úspěšné rozhraní umožní návštěvníkům plynule navigovat vaše stránky a poskytnout jim všestranně pozitivní uživatelský zážitek.“ [3]

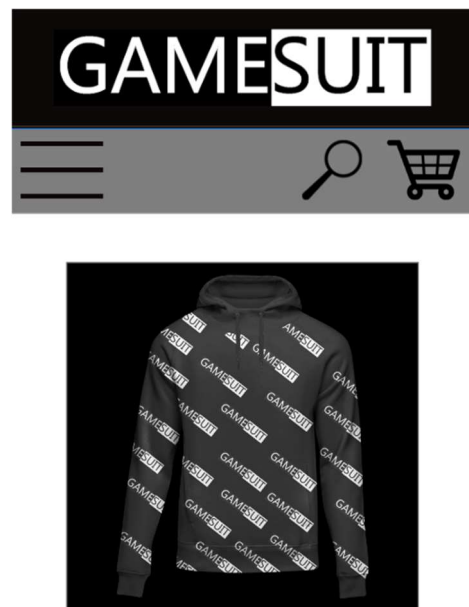
Jako další součástí maturitní práce je návrh webu pro marketingovou komunikaci. Tj. grafický návrh webu v programu Adobe XD pro dodatečné a následné spuštění webu v případě programátorské pomoci.

Grafický návrh firmy GAMESUIT obsahuje: Úvodní stránku (landing page), košík, přihlášení do webu, rozcestníky k ostatním předmětům a produktům webu. Na stránce jde v části „Footer“ (patička) najít další rozcestníky s funkčními odkazy na sociální sítě jako jsou Facebook, Instagram, Twitter a Youtube. Všechny odkazy jsou funkční hyperlinky, se kterými se jde pohybovat mezi dalšími stránkami webu. Další stránky webu jsou například „kontrakty“ nebo proklik „o nás“, kde se zákazníci budou moct dozvědět dodatečné informace o E-shopu. Zákazník se může prokliknout na specifické kategorie webu, což jsou „mikiny“, „trička“, „postavy“. Kategorie mikiny bude obsahovat jen produkty, které jsou mikiny. Úplně stejným způsobem jsou trička, kde budou jenom potisky na tričkách. Proklik na „postavy“ obsahuje rozcestník postav, ze kterých si zákazník vybere produkty podle hrdinů, dle jeho preference.

Na levé straně stránky jde vidět hlavní a úvodní stránka webového návrhu neboli landing page. Na pravé straně je úvodní stránka pro responzivitu na mobilní telefony.

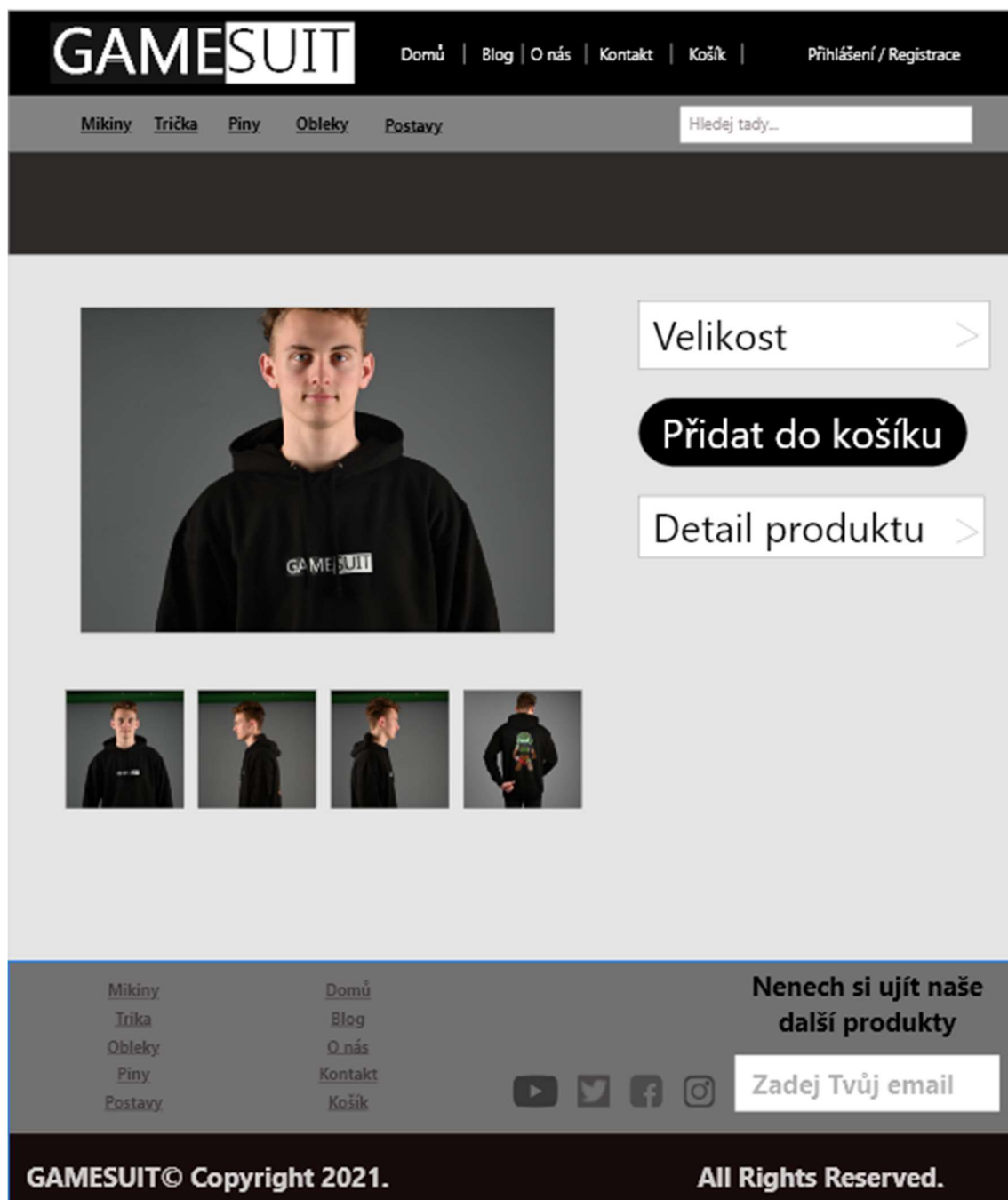


Obrázek 8 Landing page



Obrázek 9 Mobilní responzivita

Zde je návrh pro vybrání zakoupení určitého produktu, kde si jde vybrat jakou velikost si zákazník může zvolit. Dále tam je také detail produktu, ve kterém si může přečíst víc informací o mikině a jejího materiálu atd. Následně je zde tlačítko pro přidání kontentu do košíku.



Obrázek 10 Produktové okno

7 Firemní produkt

Firemní produkt je myšleno, produkt firmy, který se bude vyskytovat na webu a následně bude jako potencionální oblečení k prodeji. Tento produkt je složený látkového materiálu a potiskem, které firma GAMESUIT vytvoří.

„Firemní produkt je součástí a zároveň východiskem všech snažení PR, bez jeho kvality jste vždy v pasti. Je nositelem filozofie, potažmo kultury organizace a jádrem podnikové identity.“ [4]



Obrázek 11 Potisk Doomguy

Tento potisk se objeví na zadní části mikiny a bude jako hlavní kontent firemního produktu. Ostatní mikiny budou ve stejném duchu a bude to děláno podle jednoho vzoru. Tento potisk je udělaný podle vzoru postavy Doom Guye [důmgáje] z

počítačové hry Doom. Ostatní potisky budou inspirovány ostatními postavami z dalších a různých her. Např. Zaklínáč ze hry The Witcher.



Obrázek 12 Potisk The Witcher

Na tomto snímku jde vidět použití potisku herní postavy, který je situovaný na zádech reálného produktu, který byl nafocen ve studiu.



Obrázek 13 Mikina ze zadu

Na dalším snímku jde vidět použití potisku loga, který je situovaný ze předu reálného produktu, který byl nafocen ve studiu.



Obrázek 14 Mikina ze předu

8 Reklamní návrh

Tady jde vidět použití loga a sloganu na billboardu, kde na vrchní části billboardu by byl logo a na spodní části by byl nápis obsahující slogan firmy.



Obrázek 15 Billboard

Tady jde vidět použití loga na dodávce, která by potencionálně rozvážela produkty firmy. Dodávka by se nabarvila na černo-bílo, aby kontrastovala s barvami loga.



Obrázek 16 Dodávka

9 Sociální sítě

„Sociální síť (anglicky social network) je virtuální prostor, kde registrovaní členové spolu komunikují, sdílí informace, fotografie, videa a jsou jim umožněny doplňující funkce. Mezi nejznámější sociální síť patří Facebook, který založil Mark Zuckerberg v roce 2004. Dnes však existuje stovky sociálních sítích. Sociální sítě používá dnes přes 3,4 miliardy lidí, tedy polovina celosvětové populace.“ [7]

Na sociálních sítích se chce rozšířit povědomí o firmě a dát lidem najevo, že existuje. Protože jak jinak se může dostat k více lidem než přes internet a PR. V tomto případě se zaměřilo na nejrozšířenější sociální sítě, což jsou: Youtube, Instagram, Facebook, Twitter. Kontent na těchto stránkách bude upoutávkou na internetový E-shop skrze úvodní videa a reklamy. Jako další prostřednictvím upoutání potenciálního zákazníka budou různé slevy a novinky, které se budou objevovat v obchodě. Na Youtube by se udělalo krátké x sekundové video, které by mělo osobu zaujmout a přitáhnout k nám. Jako bonus by se mohli poskytovat informace nebo novinky o herním průmyslu. Např. Které hry jsou nyní ve slevě, Vydání nové hry. Jelikož je E-shop zaměřen na počítačové hry a jejich design.

9.1 Twitter

„Twitter je sociální síť, fungující na principu takzvaného mikrobloggeru.“

Facebook patří k nejpobulárnějším sítím na světě. Uživatelé mohou číst a psát příspěvky, označované jako "tweety", o délce maximálně 140 znaků. Tweety se pak zobrazují na stránce autorova profilu a také u jeho odběratelů, zde označovaných jako "followers".

Příjemné na Twitteru je i to, že je zdarma.

Twitter už má po celém světě řádově stovky milionů uživatelů, v Čechách se jedná o tisíce registrovaných. Funguje v 10 jazycích, vyjma češtiny, což může být jedním z důvodů jeho nižší popularity u tuzemských uživatelů.“ [8]

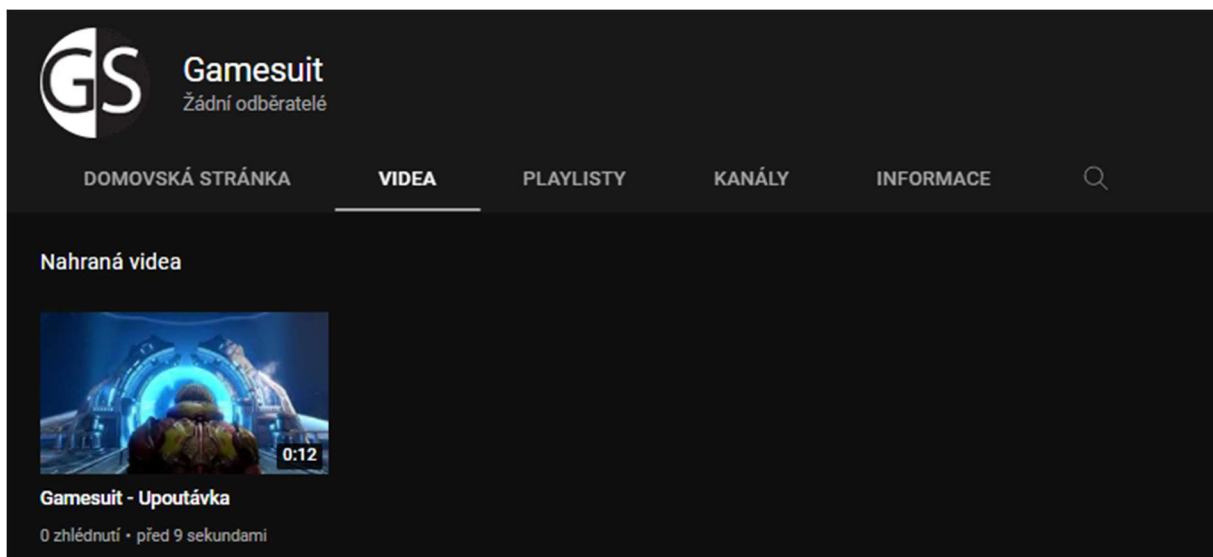


Obrázek 17 Twitter příspěvek

9.2 Youtube

„YouTube je největší internetový server pro sdílení videosouborů. Založili jej v únoru 2005 PayPalu Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. V listopadu 2006 ho koupila společnost Google.“ [9]

Na platformu Youtube by se chtělo rozšířit povědomí o firmě skrze krátkých upoutávek, které budou fungovat jako reklamy a odkazovat na web GAMESUIT. Video na firemním Youtube účtu je spojení herního videa a produktových fotek, kdy je vytvořeno krátká upoutávka obsahující animaci loga a video s podkresovou hudbou. Herní video bylo půjčeno z originálního traileru ze hry a podkresová hudba je od uživatele „Xiinergy“.



Obrázek 18 Youtube video

9.3 Facebook

„Facebook je největší sociální síť na světě, má už ke dvěma miliardám aktivních uživatelů. Vznikla v roce 2004, jejím hlavním strůjcem a nejvyšším šéfem je Mark Zuckerberg“ [10]

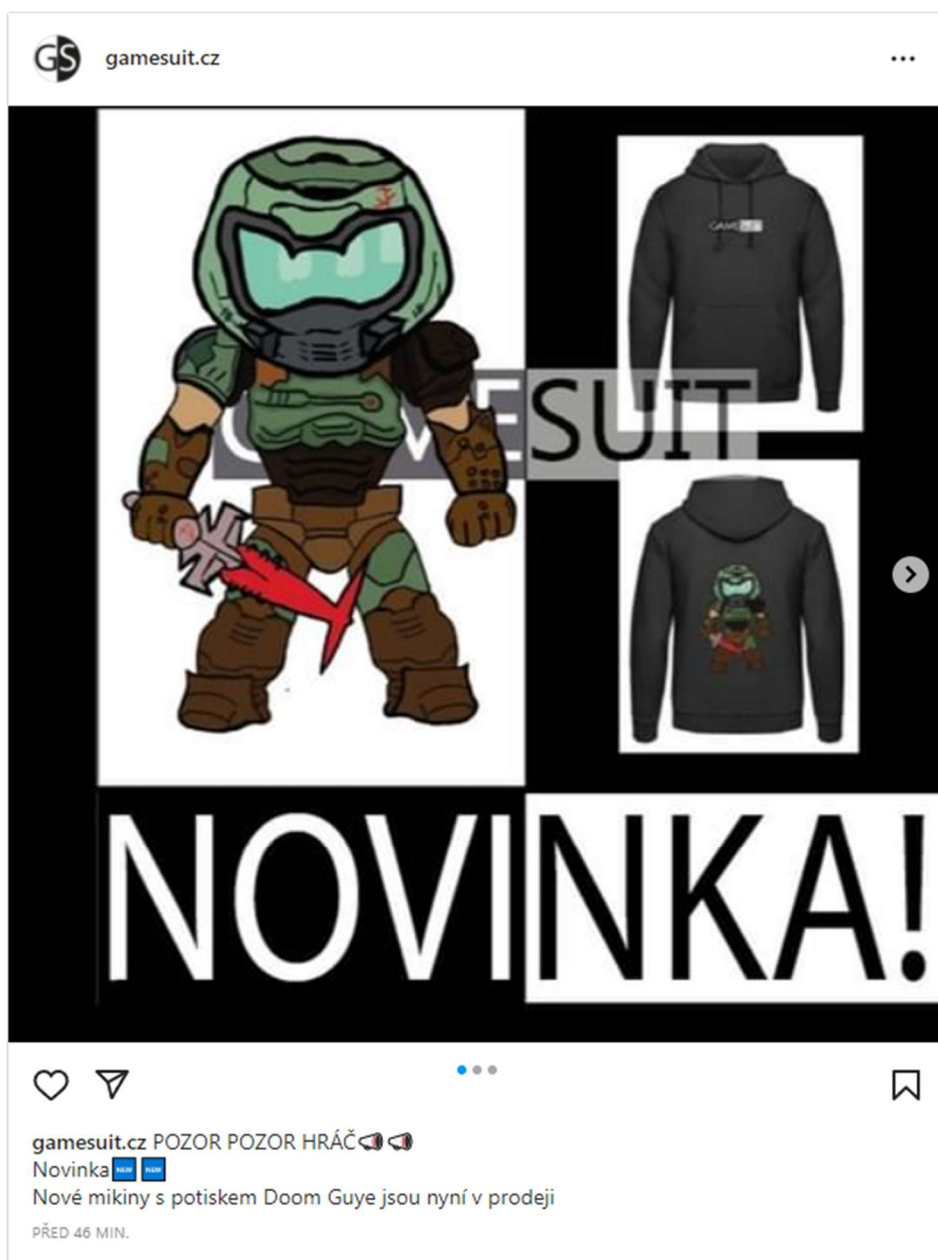
Na Facebook se budou dávat posty a příspěvky o novinkách našich produktů, různé slevy a zajímavosti.



Obrázek 19 Facebook příspěvek

9.4 Instagram

„Instagram je online služba pro sdílení fotografií a sociálních sítí, která umožňuje uživatelům fotit, aplikovat na ně filtry a sdílet tyto snímky několika způsoby, mimo jiné prostřednictvím sociálních sítí, jako je Twitter a Facebook. Instagram je k dispozici jako aplikace pro zařízení iPhone, iPad a Android. Instagram je součástí Facebooku.“ [11]



Obrázek 20 Instagram příspěvek

10 Závěr

Cílem projektu bylo vytvořit E-shop s herní tematikou. Toto téma se mi povedlo udělat skrze Adobe programy, se kterými jsem dělal potisky, návrh webu, logomanuál, logotyp, korporátní identitu atd. Výsledek mé práce by mohl dopadnout lépe, ale jsem spokojený s nastávajícím vzhledem stránek a designu mikin. Díky tomuto projektu se mi podařilo rozvinout moje schopnosti v Adobe programech. Potisky mikin mi pomohli ke zlepšení mých grafických dovedností a porozumění umělecké části maturitní práce.

11 CITACE

- [1] *Adobe Creative Cloud* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: https://www.adobe.com/cz/creativecloud.html?skwcid=AL!3085!3!474194109806!e!!g!!adobe%20creative%20cloud&mv=search&sdid=KH8NVGP5&ef_id=CjwKCAjwxOCRBhA8EiwA0X8hi17mUMK7oNo7U7UB3K0_RN_5BMzbVUCwTwzczR2DiXBcj0LCahNGJRoCs4gQAvD_BwE:G:s&s_kwcid=AL!3085!3!474194109806!e!!g!!adobe%20creative%20cloud!1473548060!57445694072&gclid=CjwKCAjwxOCRBhA8EiwA0X8hi17mUMK7oNo7U7UB3K0_RN_5BMzbVUCwTwzczR2DiXBcj0LCahNGJRoCs4gQAvD_BwE
- [2] *99designs* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://99designs.com/blog/tips/what-is-a-logo/>
- [3] *Wix* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: https://www.wix.com/blog/2019/11/how-much-does-a-website-cost?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=16501254882%5e137209424114&experiment_id=%5e%5e586430767624%5e%5e_DSA&gclid=Cj0KCOjwuMuRBhCJARIsAHXdnqMqXryKifj5xD8iQMb1xe7TrVqahzUZGsWdB0UhWfdNPISCveaQ-G4aAuUoEALw_wcB
- [4] *Pankrea* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.pankrea.cz/firemni-identita-corporate-identity>
- [5] *Management Mania* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
- [6] *Včeliště* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://vceliste.cz/blog/tvorime-persony-pro-obsahovy-marketing/>
- [7] *Sitevhrsti* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/socialni-site/>
- [8] *Aktualne* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/twitter/r~i:wiki:1441/>
- [9] *Idnes* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/wiki/veda-a-technika/youtube.K458179>
- [10] *Zive* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/facebook/sc-242/default.aspx>
- [11] *Downdetector* [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://downdetector.com/status/instagram/>

12 Seznam obrázků

Obrázek 1 Persona 1 ZDROJ: Pexels	12
Obrázek 2 Persona 2 ZDROJ: Pexels	12
Obrázek 3 Logo hlavní ZDROJ: Vlastní	14
Obrázek 4 Ochranná vrstva loga ZDROJ: Vlastní	14
Obrázek 5 Ochranná vrstva loga 2 ZDROJ: Vlastní	14
Obrázek 6 Stávající ikona firmy	15
Obrázek 7 Původní ikona firmy	15
Obrázek 8 Landing page	17
Obrázek 9 Mobilní responzivita.....	17
Obrázek 10 Produktové okno	18
Obrázek 11 Potisk Doomguy	19
Obrázek 12 Potisk The Witcher	20
Obrázek 13 Mikina ze zadu.....	21
Obrázek 14 Mikina ze předu.....	22
Obrázek 15 Billboard	23
Obrázek 16 Dodávka.....	24
Obrázek 17 Twitter příspěvek	26
Obrázek 18 Youtube video	27
Obrázek 19 Facebook příspěvek.....	28
Obrázek 20 Instagram příspěvek.....	29

13 Seznam příloh

15	Přílohy	7
15.1	Logomanuál	7
15.2	Nálepky	16
15.3	Náramky	17
15.4	Placky	18
15.5	Vizitka	19

14 Přílohy

14.1 Logomanuál

GAMESUIT

Grafický manuál značky
GAMESUIT

Obsah

A/ Značka GAMESUIT

A/01 Popis a konstrukce

A/02 Barevnost a písmo

A/03 ochranná zóna a umístění

A/04 Povolené varianty užití značky

A/05 Použití na materiálech

A/06 Nepovolené způsoby užití

A / Značka GAMESUIT

A/01 Popis a konstrukce

Logotyp GAMESUIT je tvořen názvem značky GAMESUIT, kdy se logo rozděluje do dvou slov GAME (hra) a SUIT (oblek), které navzájem na sebe kontrastují s černou a bílou barvou.

Slovo GAME má vždy černou barvu textu s bílým pozadím a slovo SUIT má vždy bílou barvu textu s černým pozadím. Barvy pozadí na sebe narážejí mezi slovy.



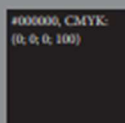
GAMESUIT

A/02 Barevnost a písmo

Název se skládá ze slov GAME a SUIT na které je použita čistá barva bílé a čistá barva černé. Paralelně na jejich pozadí je barvy opačné k barvě textu.

Barvy textu a pozadí:

Černá: RGB šestnáctkově:



Bílá: RGB šestnáctkově:



GAME SUIT

A/03 Ochrana zóna a umístění

Ochrana zóna logotypu je zóna, ve které se nemůže vyskytovat nic co by do loga nemělo patřit a vytváří tak bariéru pro okolní text, obrázky nebo konec stránky.

Tato zóna je vyznačena v obrázku níže..



V praxi to vypadá asi nějak takto

Consequet molorep ratusti oreium dolut quassitatur aliati officiist, si untore quam delectatem cone
cusdandi nonecus animi, omnis perest, et voluptas ditat eveles utempor eptioreiure, omnianim
haribus ipsant dolore, odis sim vid quod maior mod ma voluptiur rest, cum quas simi, ommolo-
rior re, accullaut
etu- rere
rferovi ducius
volo- remquid
magni- mil ius
de et is et dolo-
ristota cusame
dolum illabor
a pra nonse est, cone plicien ihitatur aperrorum nus, nimust quis dolupienimos eaquiam non
re nobit quatur?onsequet molorep ratusti oreium dolut quassitatur aliati officiist, si untore quam

A/04 Povolené varianty užití značky

Jsou dva použitelné typy loga, kdy první je základní dvojí černobílé zbarvení.

Druhá varianta je použitelná jenom na určité druhy produktu, kdy se pozadí sedí jenom buď s černou nebo bílou barvou

GAMESUIT



GAMESUIT

A/05 Použití na materiálech

Použití loga na produktu



Na tomto vzoru jde vidět jak logo funguje jak na bílém a i černém pozadí





A/06 Nepovolené způsoby užití

~~**GAMESUIT**~~

~~**GAMESUIT**~~

~~**GAMESUIT**~~

14.2 Nálepky



14.3 Náramky



14.4 Placky



14.5 Vizitka

