

PV+083

Tvorba značky + grafický manuál





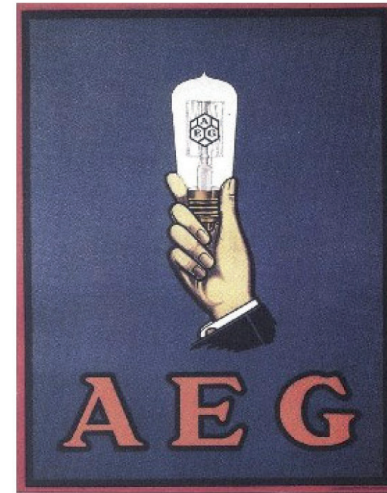
1908



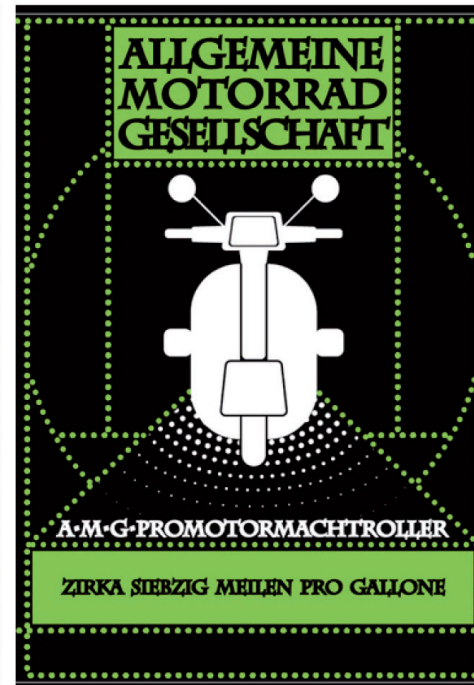
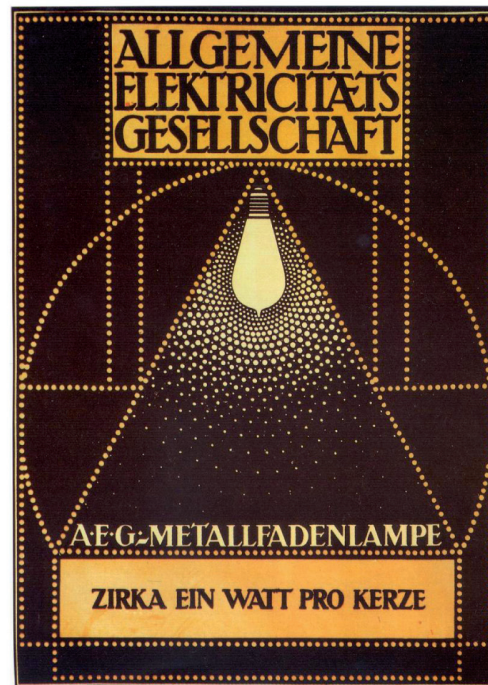
1908

AEG

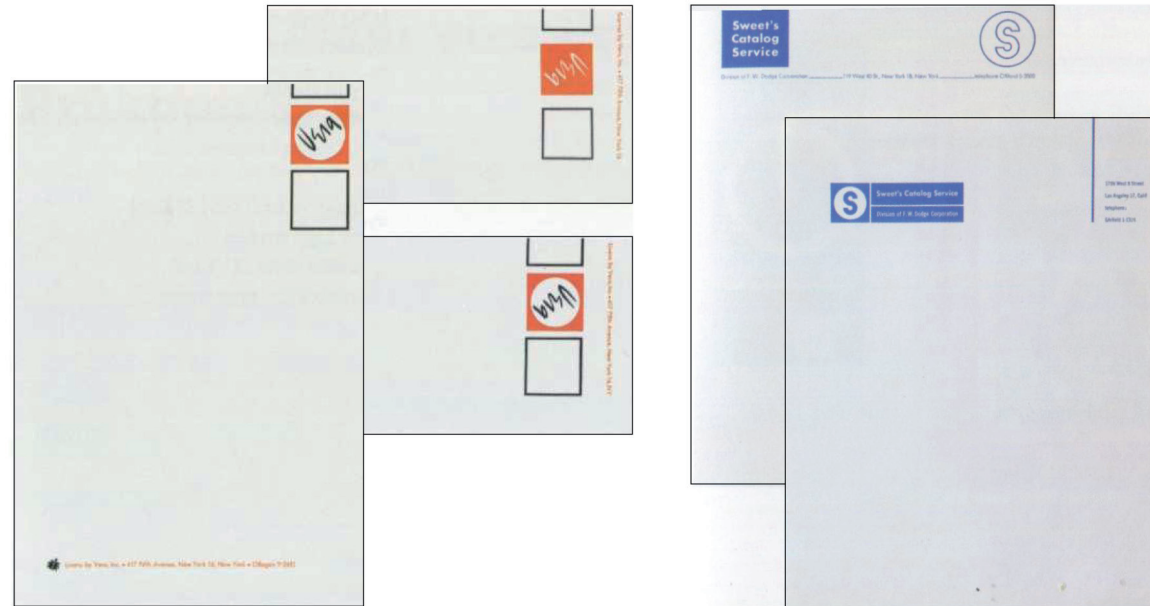
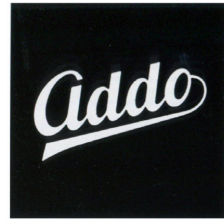
2000



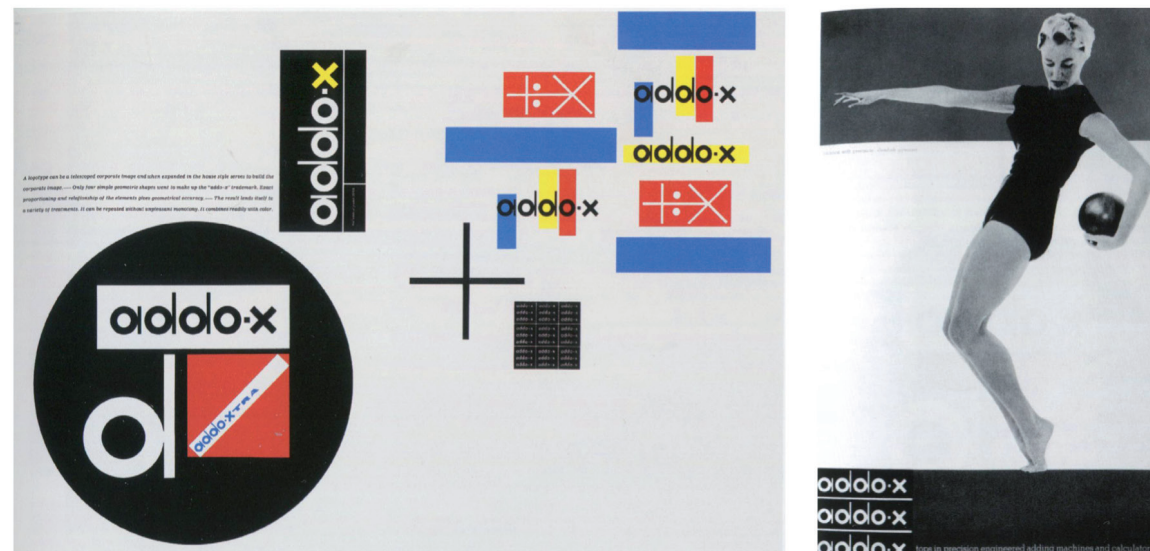
Plakát pro AEG, 1912



Dopisní papír pro firmu Vera, 1954



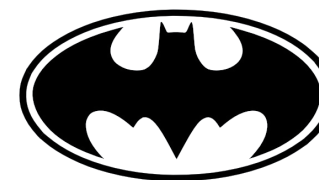
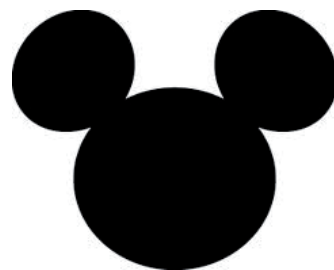
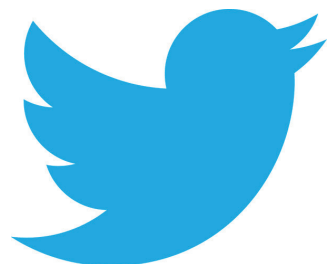
Dopisní papíry firmy Sweet's Catalog Service, 1942



Značka

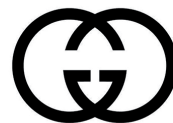
Značka obrazová

angl.: mark, brand, sign, symbol

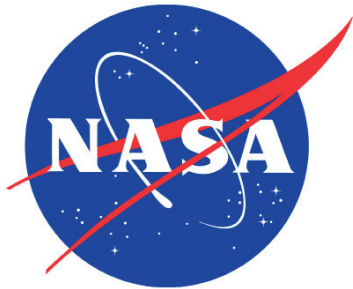


Značka typografická = LOGOTYP

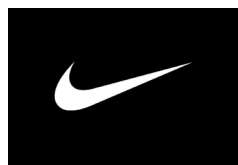
angl.: logotype



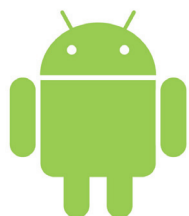
Značka kombinovaná



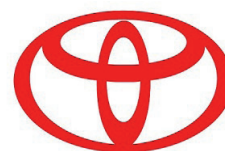
Písmová varianta značky (verze značky v grafickém manuálu)



Volkswagen

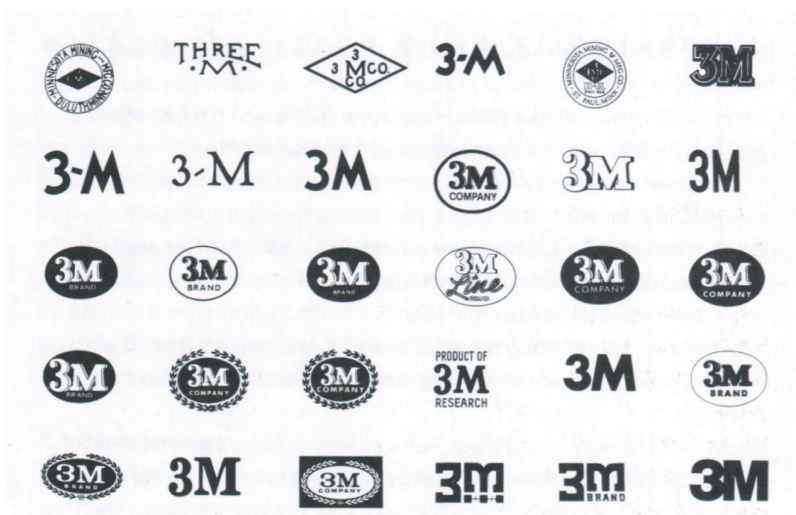


ANDROID



TOYOTA





1956



1971



1993



ČESKÁ TELEVIZE

1997



ČESKÁ TELEVIZE



2005



ČESKÁ TELEVIZE

2006



SPORT
ČESKÁ TELEVIZE



EDICE ČESKÉ TELEVIZE



KAVKYSOUND

2007



SPORT



Česká televize



TV Sans
Light Regular
Medium Bold
Heavy €24⁸⁰↓
19:45 ☀️

Doznamení! Hledaj se mimořádné talenty do 200 let!



Česká televize

TV Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
pqrstuvwxyz
123456789\$%€¥
€%@?!@&←↑

TV Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
pqrstuvwxyz
123456789\$%€¥
€%@?!@&←↑

TV Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
pqrstuvwxyz
123456789\$%€¥
€%@?!@&←↑

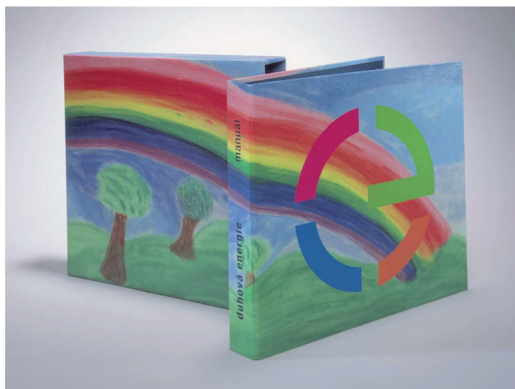
01

Obálka a obsah

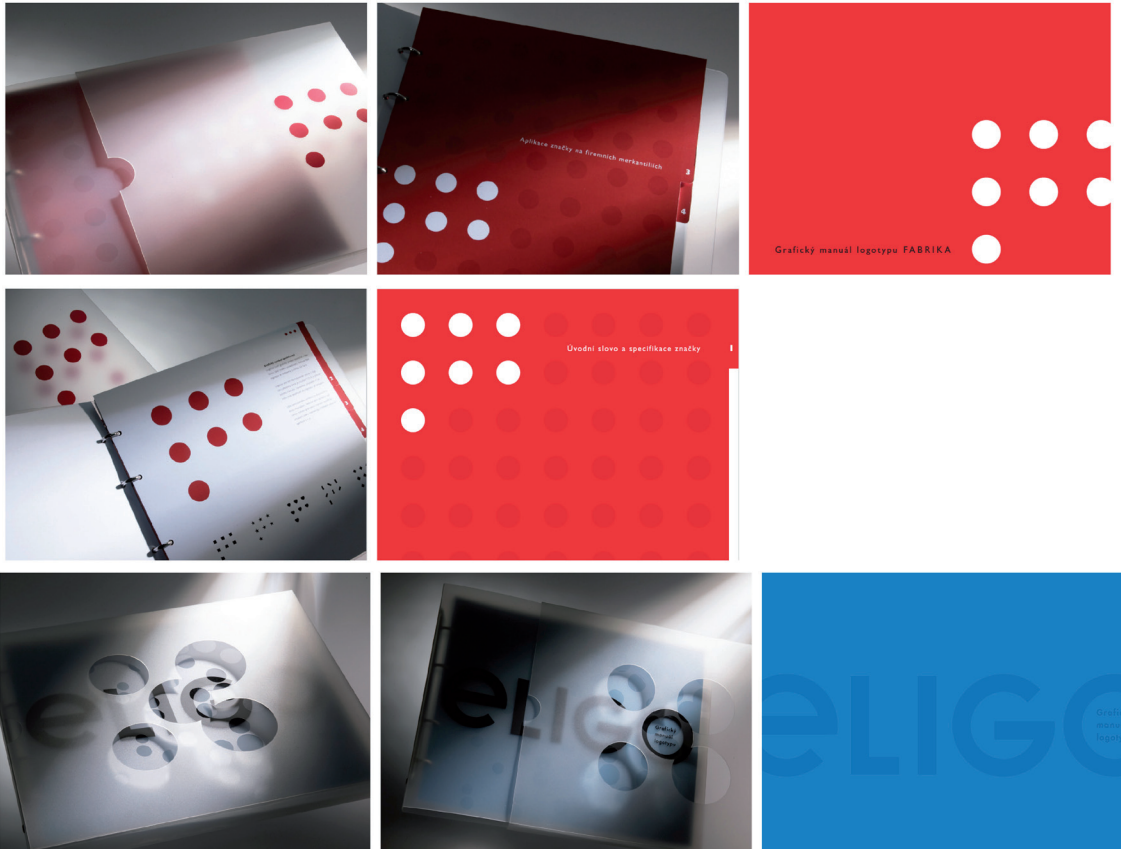
- 00.** Obsah
- 01.** Úvod
- 02.** Značka a její varianty
- 03.** Barevnost
- 04.** Typografie
- 05.** Merkantilní tiskoviny
- 06.** Tištěné materiály
- 07.** Multimediální aplikace
- 08.** Formuláře
- 09.** Orientační systém
- 10.** Vozidla
- 11.** Další speciální aplikace
 - Přílohy



Obálka grafického manuálu



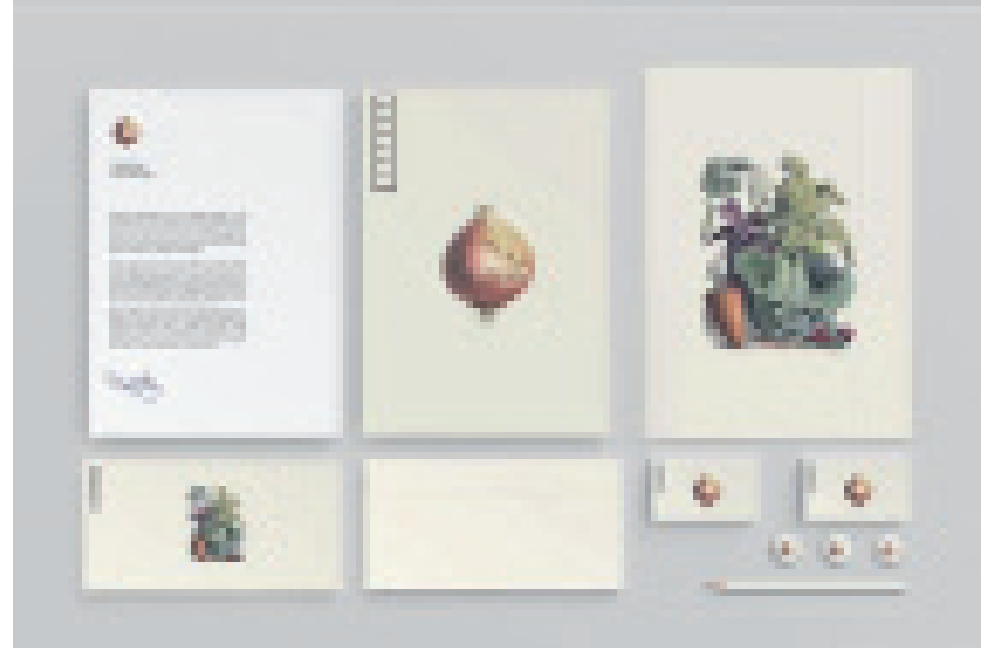
Obálka grafického manuálu



Obálka grafického manuálu



Obálka grafického manuálu



Obálka grafického manuálu

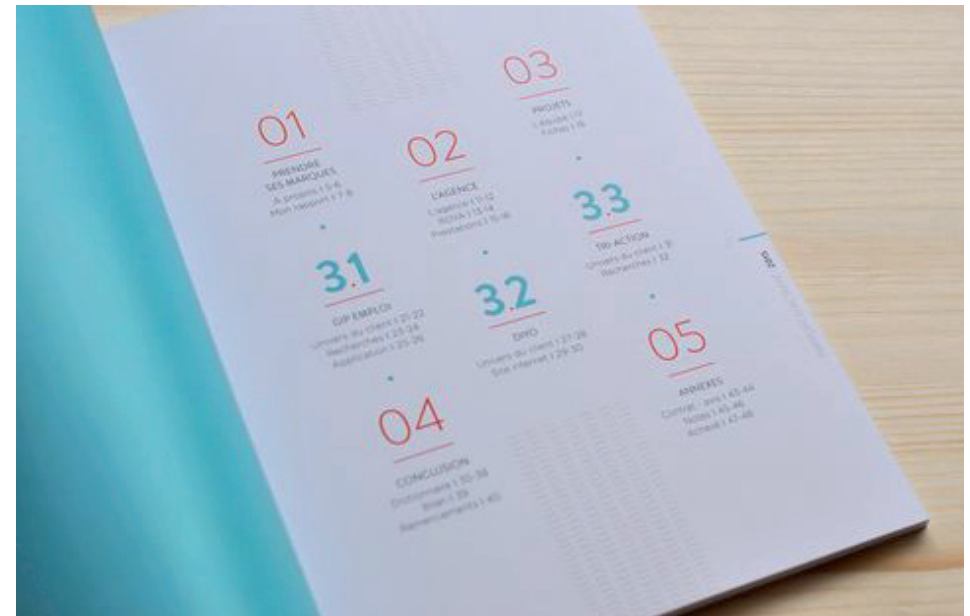


Obsah

Vstupní část manuálu tvoří obsah. Zdánlivě se jedná o formální položku díla, ale správná forma obsahu zásadně ovlivňuje funkčnost celého manuálu.

Rychlá orientace v publikaci bude podporovat používání manuálu v každodenní praxi.

Důležitým bodem je systém číslování. Je vhodné rozdělit manuál na logické celky – kapitoly. Tyto kapitoly je třeba očíslovat, stejně jako jednotlivé strany uvnitř kapitol. V praxi se velice osvědčilo označovat např. 4. stranu ve druhé kapitole číslem 2.4. Nejedná se o úzus, ale o praktické řešení. V případě, kdy je třeba manuál doplnit dalšími aplikacemi, snižuje se riziko přečíslování celého manuálu.



Obsah

01 Logo	04.08.1 obal pre grémium SvF 2/2	07.10.1 aplikácia názvu, variant 2	11 Logo FA
01.01 logo	04.09 obal pre grémium SjF 1/2		11.01 logo
01.02 základná farebná verzia	04.09.1 obal pre grémium SjF 2/2	08 Logo SjF	11.02 základná farebná verzia
01.03 jednofarebná verzia	04.10 obal pre grémium FEI 1/2	08.01 logo	11.03 jednofarebná verzia
01.04 konštrukcia	04.10.1 obal pre grémium FEI 2/2	08.02 základná farebná verzia	11.04 konštrukcia
01.05 umiestnenie na sieti	04.11 obal pre grémium FCHPT 1/2	08.03 jednofarebná verzia	11.05 umiestnenie na sieti
01.06 ochranná zóna	04.11.1 obal pre grémium FCHPT 2/2	08.04 konštrukcia loga	11.06 ochranná zóna
01.07 varianty – plnofarebná verzia	04.12 obal pre grémium FA 1/2	08.05 umiestnenie na sieti	11.07 na podkladovej ploche
01.08 varianty – jednofarebná verzia	04.12.1 obal pre grémium FA 2/2	08.06 ochranná zóna	11.07.1 na podkladovej ploche
01.09 na podkladovej ploche	04.13 obal pre grémium MTF 1/2	08.07 na podkladovej ploche	11.08 veľkostná škála
01.10 veľkostná škála	04.13.1 obal pre grémium MTF 2/2	08.08 veľkostná škála	11.09 farebnosť
01.11 vyhotovenie v materiáli	04.14 obal pre grémium FIIT 1/2	08.09 farebnosť	11.10 aplikácia názvu, variant 1
01.12 zakázané varianty	04.14.1 obal pre grémium FIIT 2/2	08.10 aplikácia názvu, variant 1	11.10.1 aplikácia názvu, variant 2
01.13 farebnosť	05 Prezentácia PowerPoint	08.10.1 aplikácia názvu, variant 2	12 Logo MTF
01.14 fakulty	05.01 šablóna STU		12.01 logo
01.15 farebnosť – fakulty	05.02 šablóna SvF	09 Logo FEI	12.02 základná farebná verzia
02 Logo - aplikácia názvu	05.03 šablóna SjF	09.01 logo	12.03 jednofarebná verzia
02.01 variant 1	05.04 šablóna FEI	09.02 základná farebná verzia	12.04 konštrukcia
02.02 variant 2	05.05 šablóna FCHPT	09.03 jednofarebná verzia	12.05 umiestnenie na sieti
	05.06 šablóna FA	09.04 konštrukcia loga	

Obsah grafického manuálu

Ariston mark

Introduction	1.1
Versions	1.2
Clear space area and size reference	1.3
Symbol exception	1.4
Reproduction	1.5
3D format	1.6
Mark and pay-off	1.7
Positioning	1.8
Colour backgrounds	1.9

Background colours

Introduction	1.10
Colour combinations	1.11
Examples	1.12

Typeface

Introduction	1.13
Examples	1.14

Photography

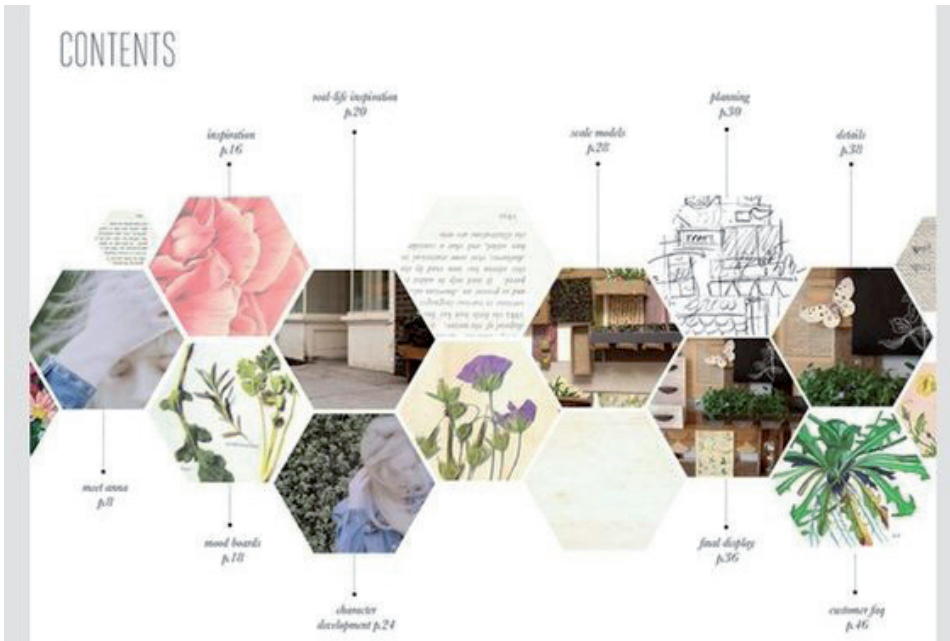
Level 1: people in the home (general)	1.15
Level 1: people in the home (detail)	1.16
Level 2: products	1.17

Don'ts	1.18
--------	------

Digital files	1.19
Glossary of terms	1.20



Obsah grafického manuálu



Obsah grafického manuálu



Obsah grafického manuálu



02

Značka

V kapitole o značce vypadá dobře krátký text o konceptu vzniku samotné značky. Definice elementů, ze kterých se značka skládá.

Sdružení linka bezpečí bylo založeno za účelem pomoci dětem a mladým lidem nejen v jejich obtížných životních situacích, ale i při jejich každodenních starostech a problémech.

Jednotný vizuální styl slouží k prezentaci **sdružení linka bezpečí**. Aplikace základních prvků vizuální komunikace: loga, písma a barevnost, je jednotné a řídí se pravidly, které obsahuje tento manuál. Manuál určuje základní pravidla užívání loga v nejběžnějších aplikacích. Nemůže samozřejmě obsáhnout všechny případy aplikací jednotného vizuálního stylu, je však vodítkem jak dále pracovat s jednotlivými prvky a udržet tak jednotnou podobu celého stylu.



Základní barevná, černobílá, písmová a negativní varianta



sdružení linka bezpečí



Logotyp se skládá z obrazové části (symbolu) a textové části názvu (sdružení (název)). Symbol je možné používat i samostatně. Vlastní název sdružení je vypsán minuskami. Podoba logotypu je přesně definována. Logo nelze svévolně upravovat, přemisťovat jeho jednotlivé prvky, měnit vzájemný poměr velikosti symbolu a textu, užívat v logotypu jiné písmo, nebo měnit barevnost.

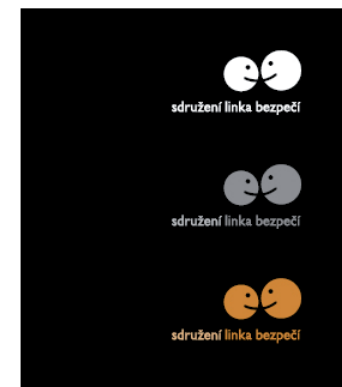
2 základní varianty loga

Logotyp lze používat v pozitivní i v inverzní formě, a to buď v základní oranžové barevnosti, černobíle provedení, či ve stupních šedě.

Logotyp provedený pouze v černé barvě je používán především v černobíle inzerci, faxové zprávě nebo v jednobarevném tisku apod., tedy všude tam, kde existuje omezení samotným tiskovým médiem nebo kde je ohrožena čitelnost logotypu (např. na barevně nevhodném nebo neklidném pozadí).

Případně je možné použít variantu s různou intenzitou černé. Je ovšem důležité dodržet hodnoty sytosti u navržených variant.

3 negativní a černobíle verze loga



sdružení linka bezpečí



sdružení linka bezpečí



sdružení linka bezpečí



Pantone 158 C 60% sdružení linka bezpečí Pantone 158 C



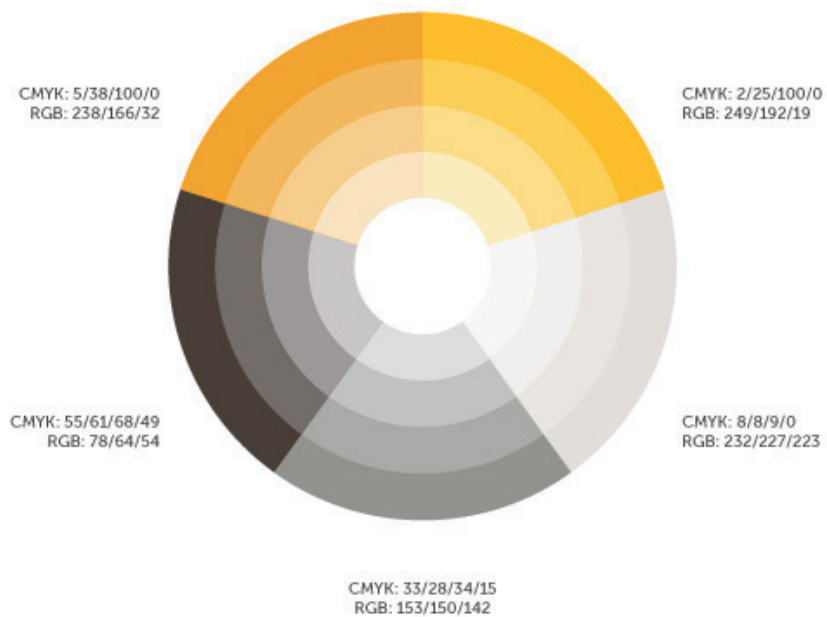
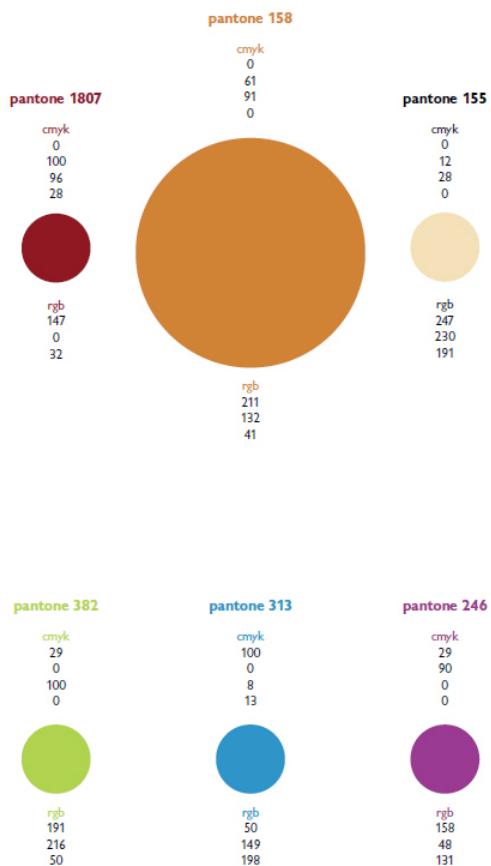
black 50% sdružení linka bezpečí black 100%



black 30% sdružení linka bezpečí black 50%

Barvy jsou jedním ze základních prostředků vizuální komunikace. Základní logotyp sdružení linky bezpečí používá oranžovou barvu. Jednotlivé telefonní linky provozované sdružením užívají vlastní barvy: zelená, modrá a fialová. Jako doplňkovou barvu lze použít krémovou a tmavě červenou. Každá barva je přesně definována jak podle vzorníku PANTONE, tak i v hodnotách CMYK a RGB. Při všech způsobech užití logotypů je nezbytné dodržovat předepsanou barevnost.

barevnost



2.3.3 Girachenber

Wymagania do użytych kolorów i ich odwzorowań dla urządzeń drukarskich i w mediach elektronicznych. Każda barwa jest precyzyjnie określona i musi być używana zgodnie z tymi danymi.

Color	CMYK	RGB
Light Green	0, 100, 0, 0	0, 255, 0
Dark Green	100, 0, 0, 0	0, 0, 255
Light Orange	0, 0, 100, 0	255, 0, 0
Dark Orange	0, 0, 90, 0	255, 0, 0
Light Grey	33, 28, 34, 15	153, 150, 142
Dark Grey	55, 61, 68, 49	78, 64, 54
Black	-	-

Barevnost značky



ЛОГОТИПЫ КОМПАНИЙ

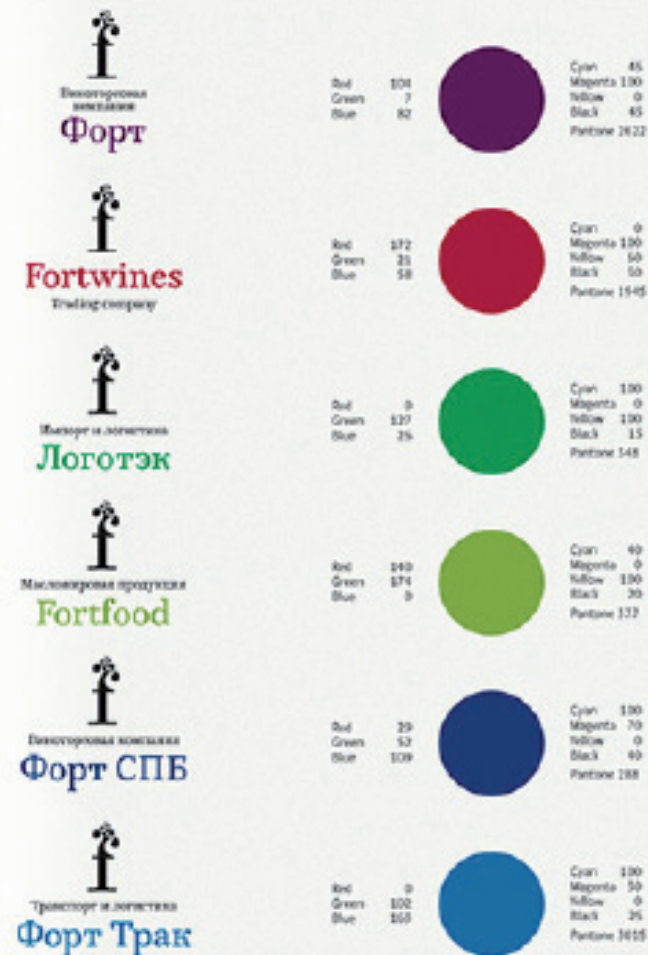
«Форт» является группой компаний. Каждая компания имеет свой логотип. Эти логотипы тоже состоят из текстовой части и знака, единого для всей группы. Текстовая часть включает название и уточнение, расширяющее род деятельности.



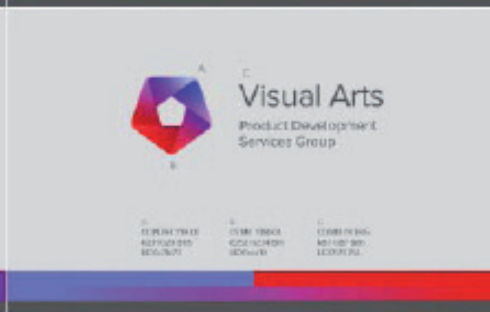
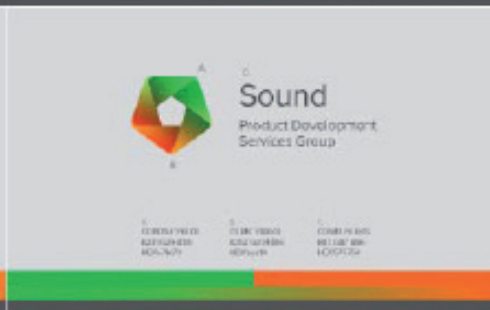
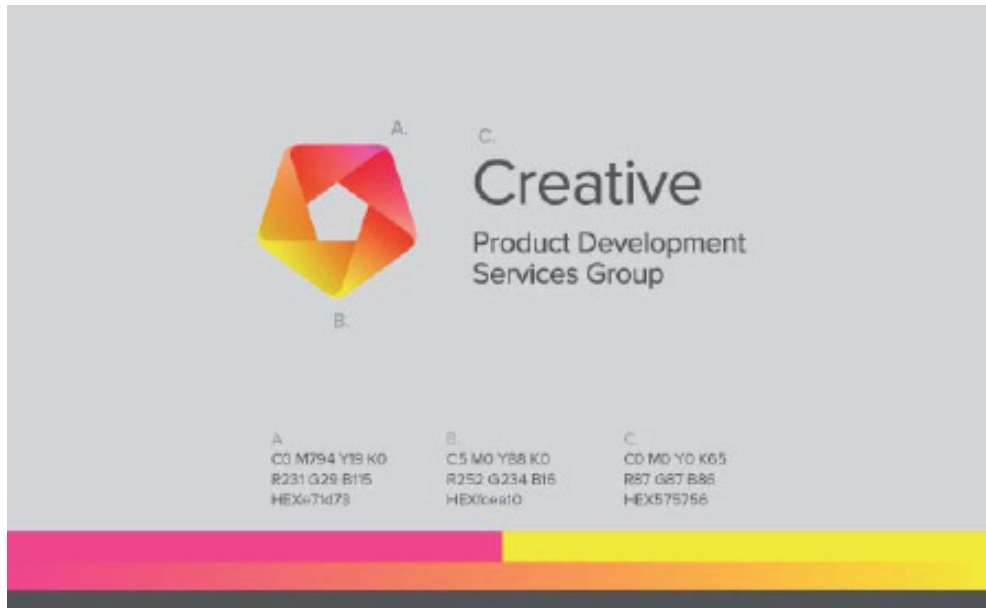
Горизонтально версия логотипов компаний



Вертикальные версии логотипов компаний



Barevnost značky



FAREBNOST

C:8, M:75, Y:100, K:1;
R:218, G:95, B:19;
#DA5813
Pantone 180C



C:0, M:0, Y:0, K:100;
R:0, G:0, B:0;
#000000
Pantone Black C

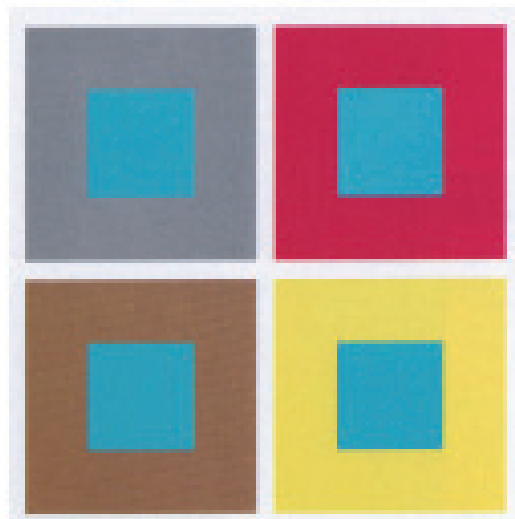
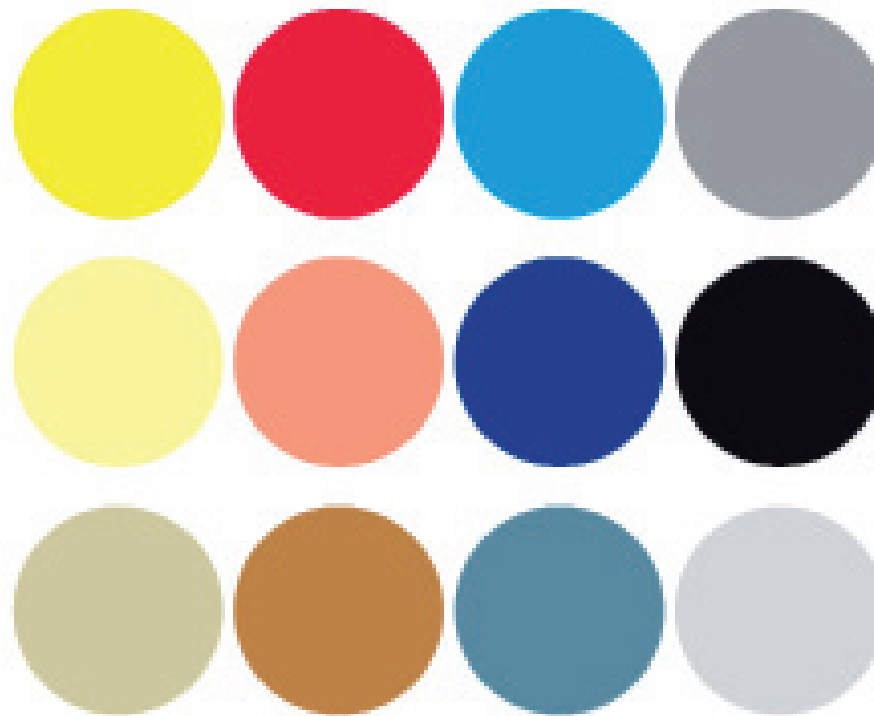


C:0, M:0, Y:0, K:0;
R:255, G:255, B:255;
#FFFFFF
Pantone 7485C

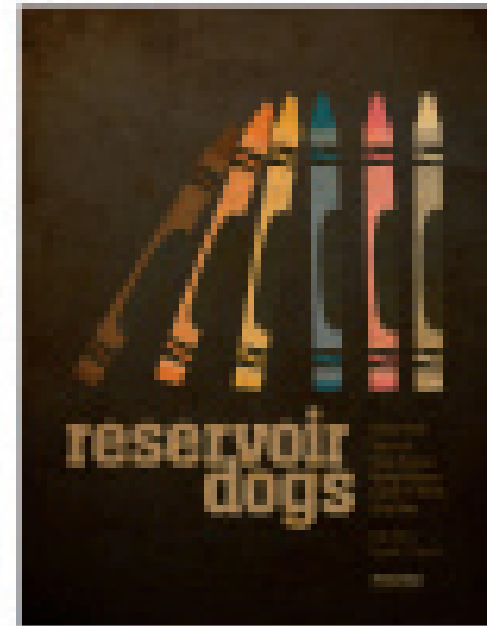
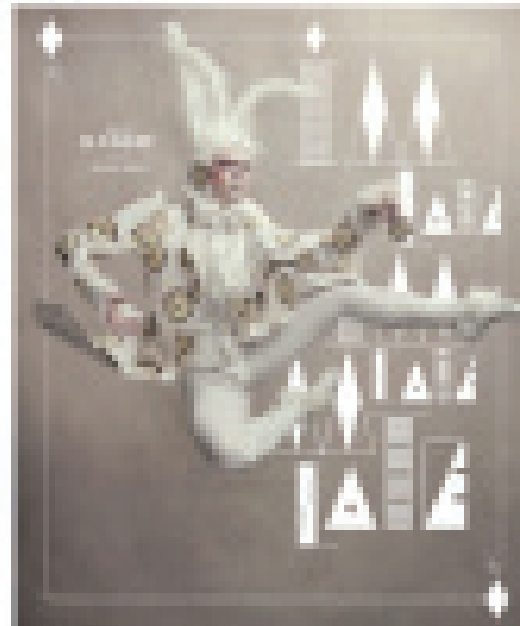
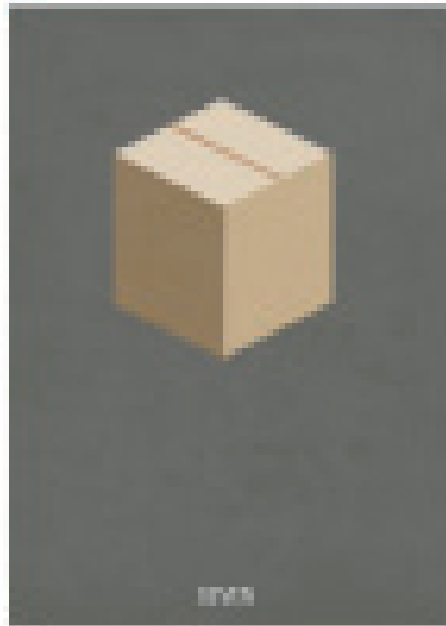


Psychologie barev

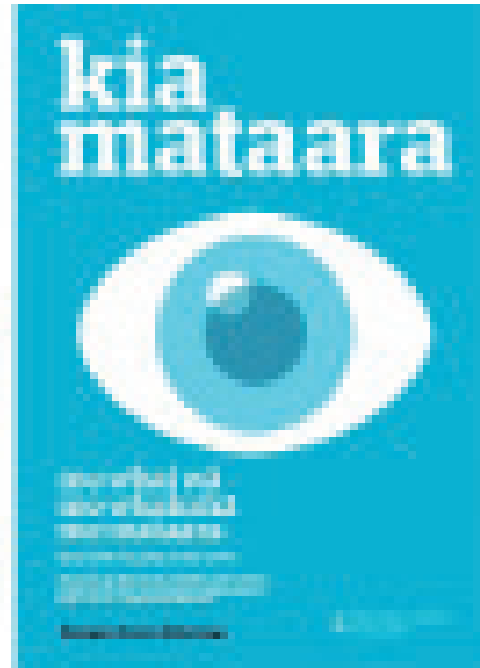


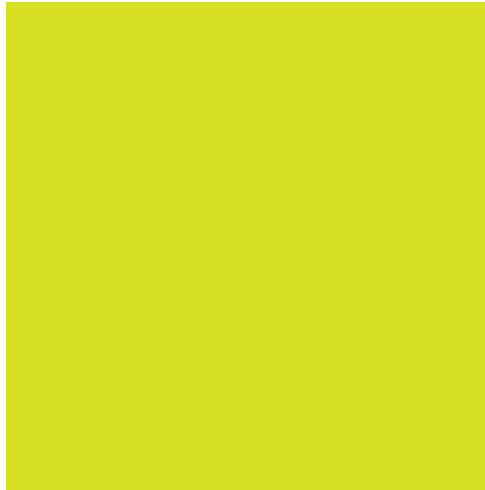
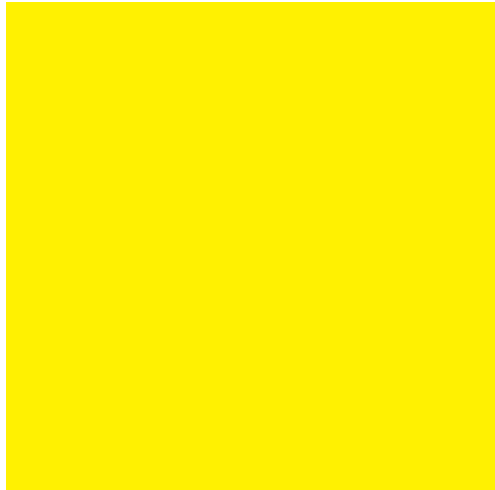


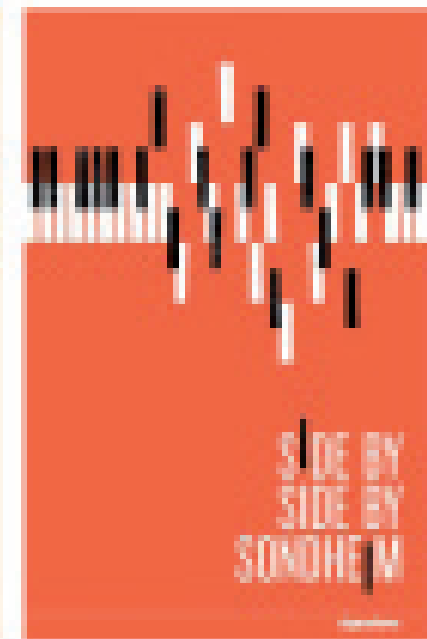
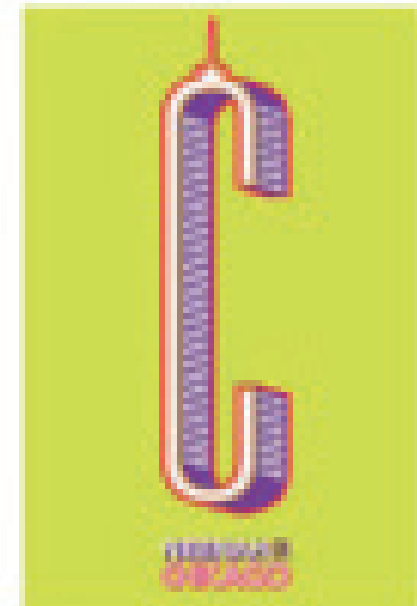
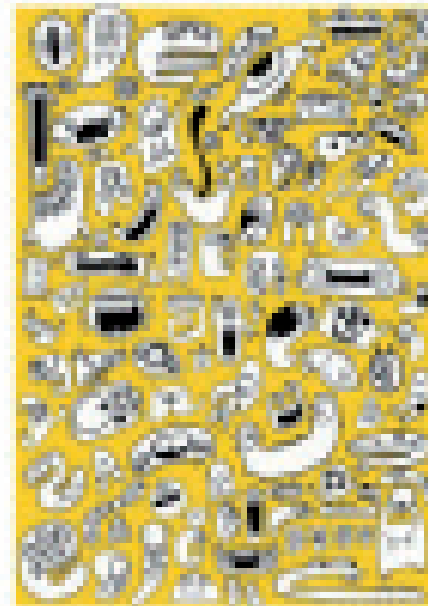


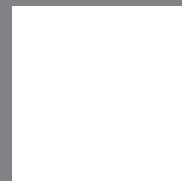


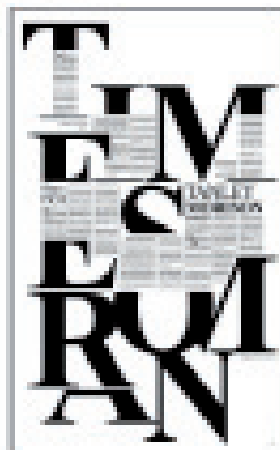
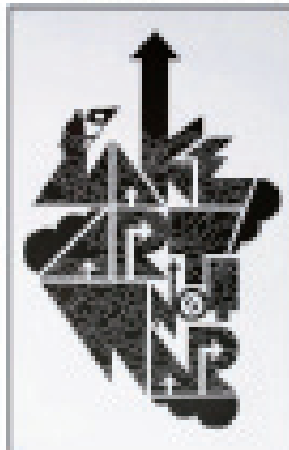
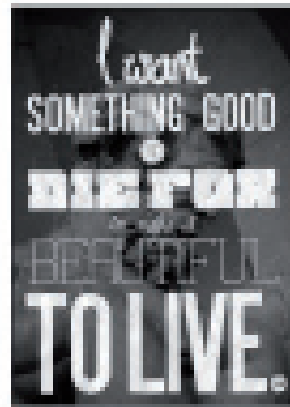




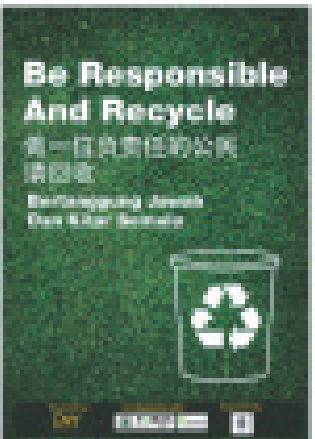
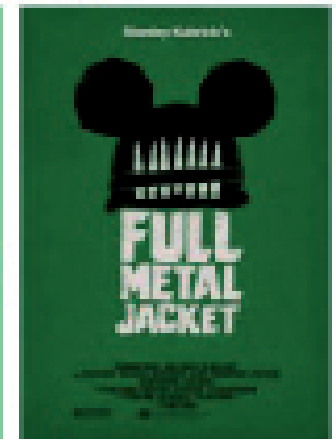
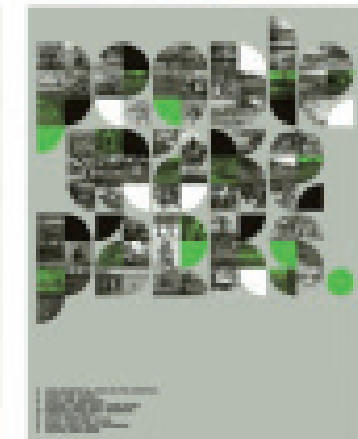
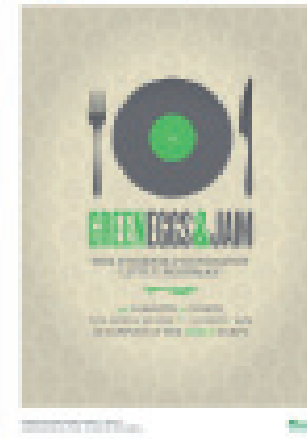






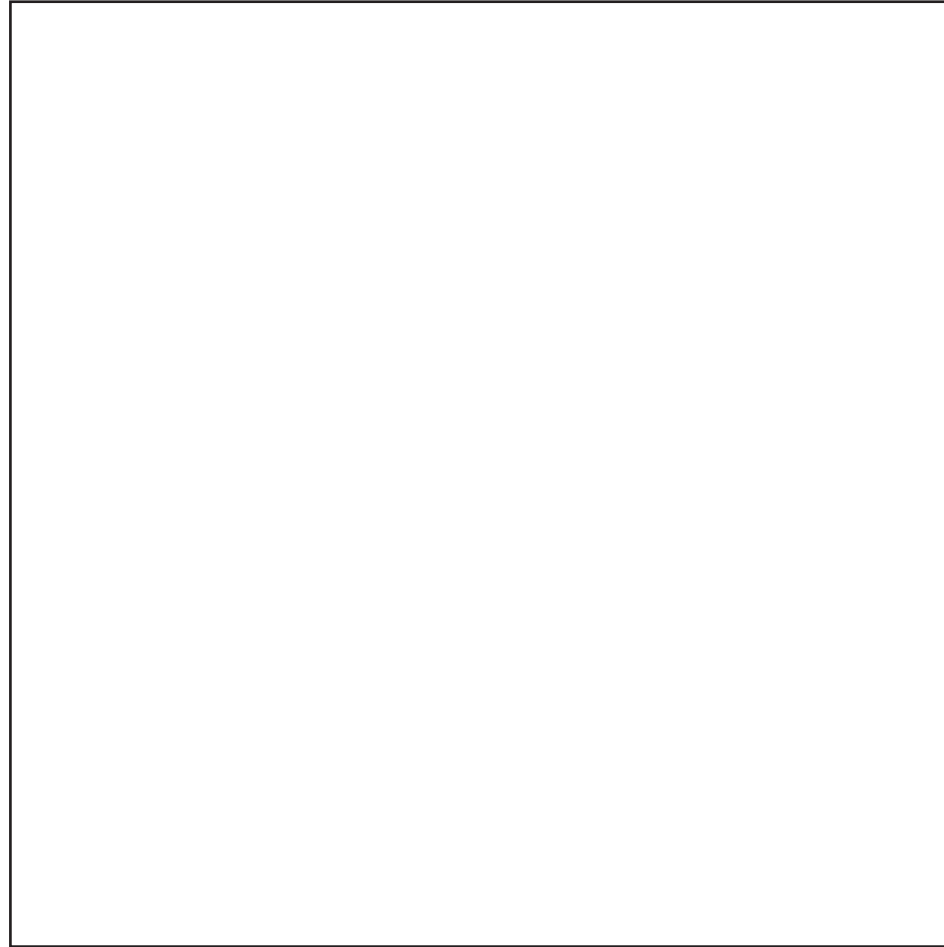




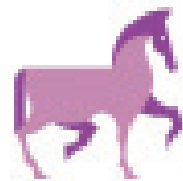
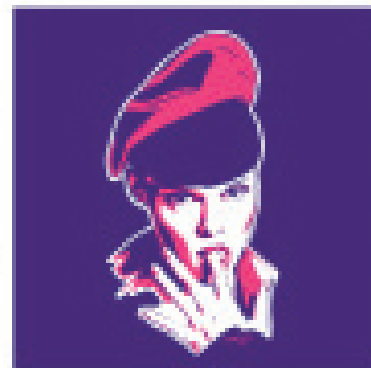




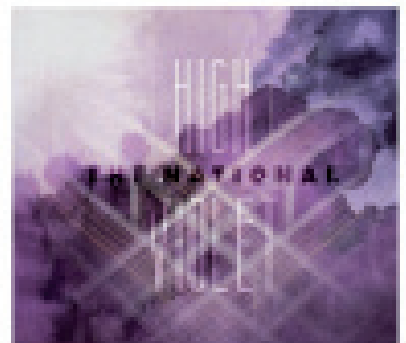
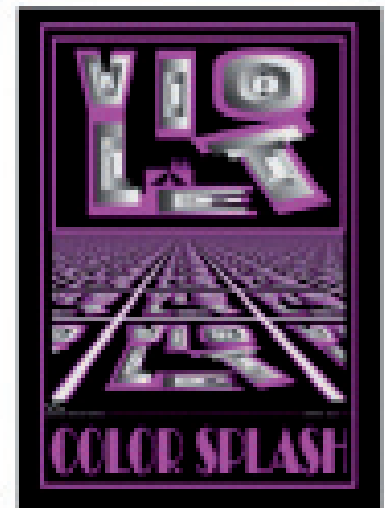
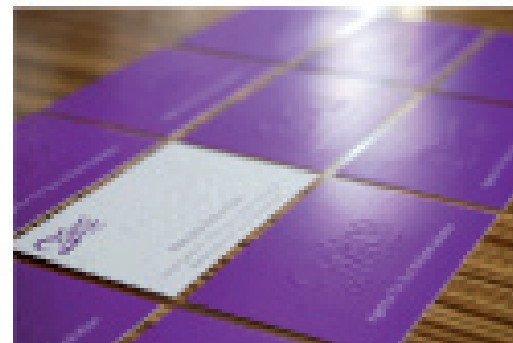




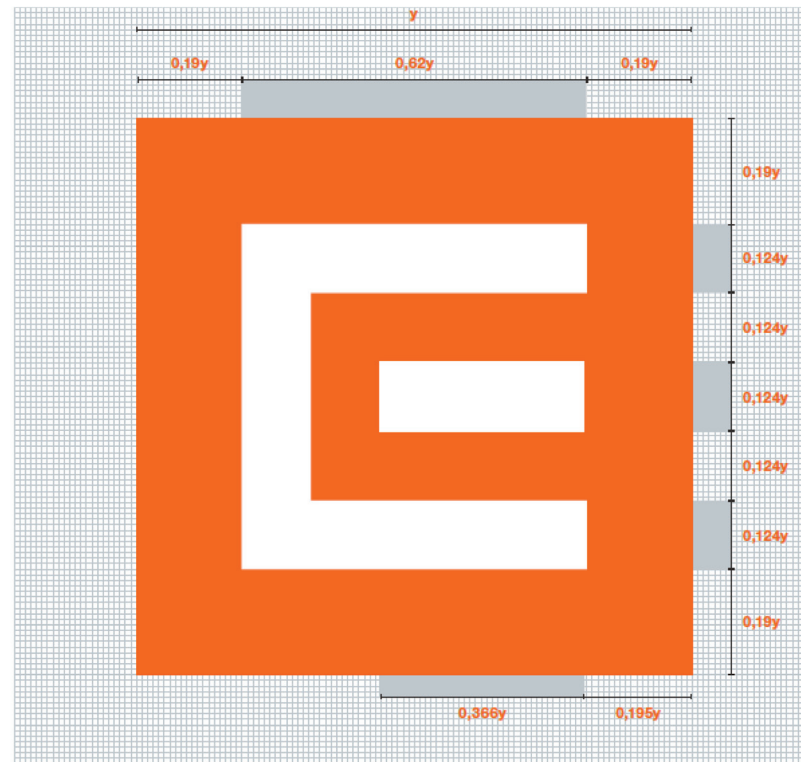
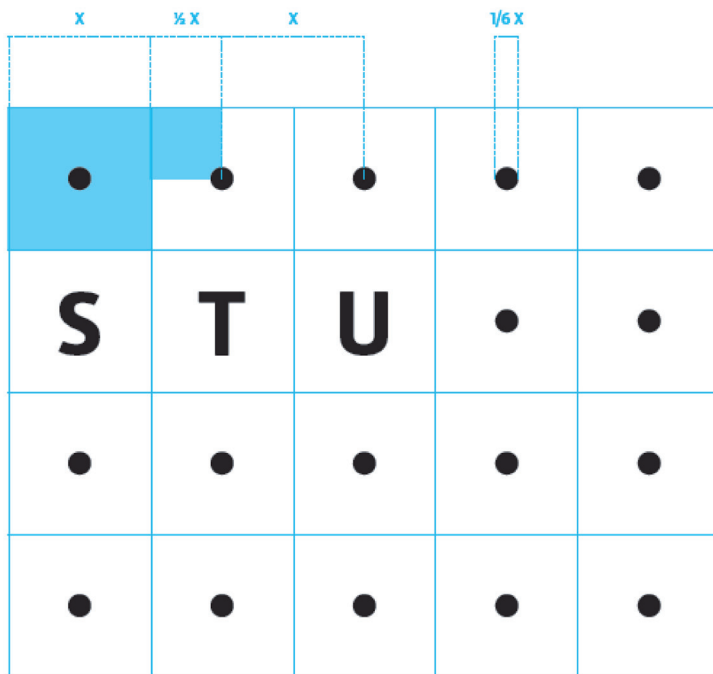


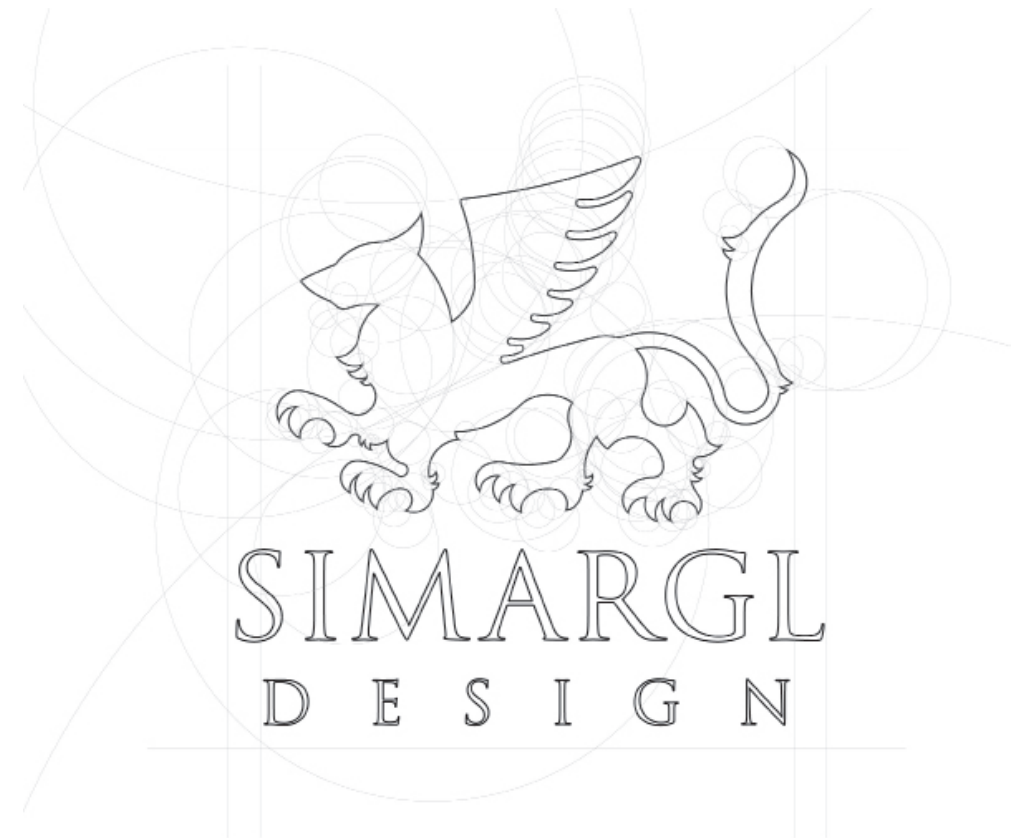
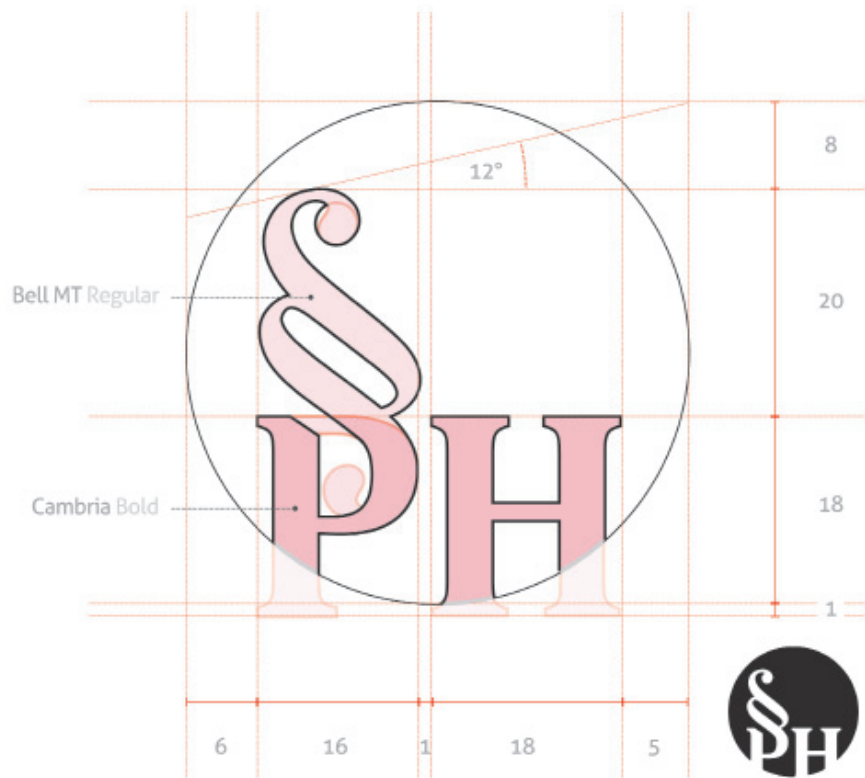


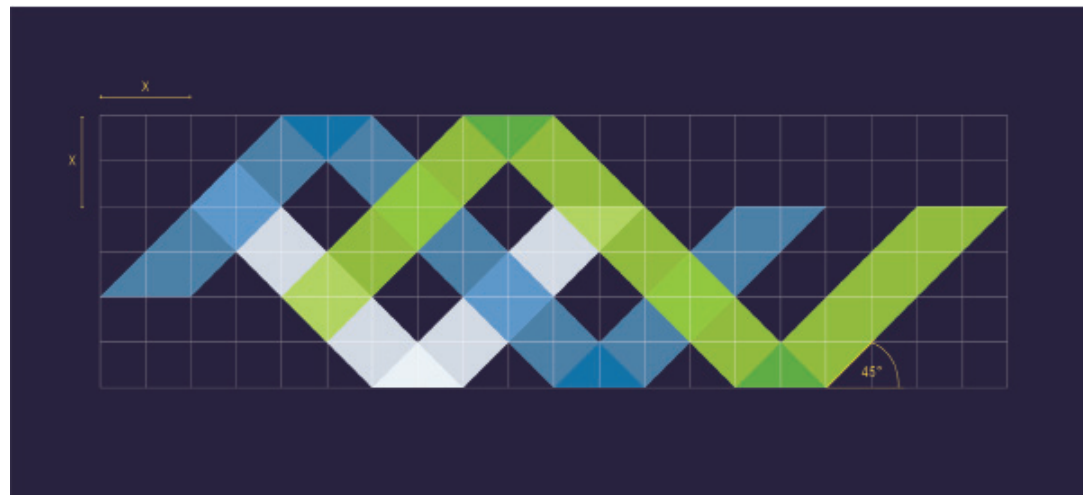
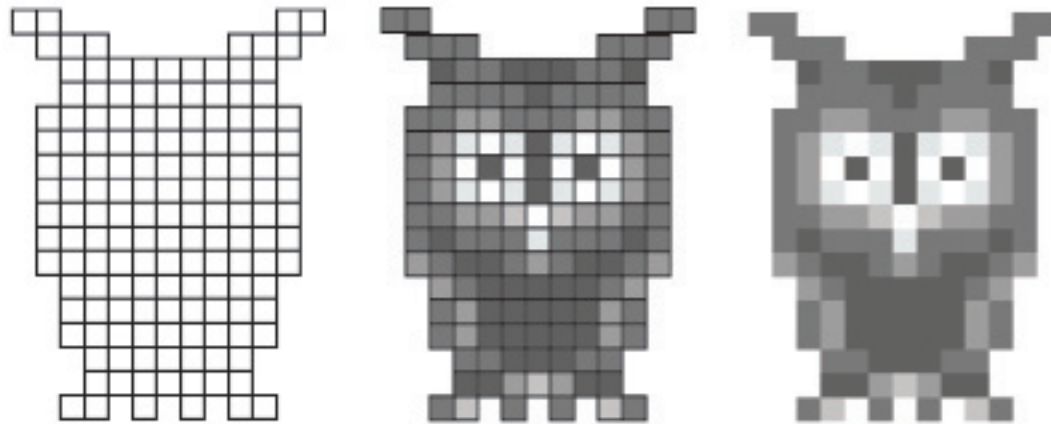
INCITATUS

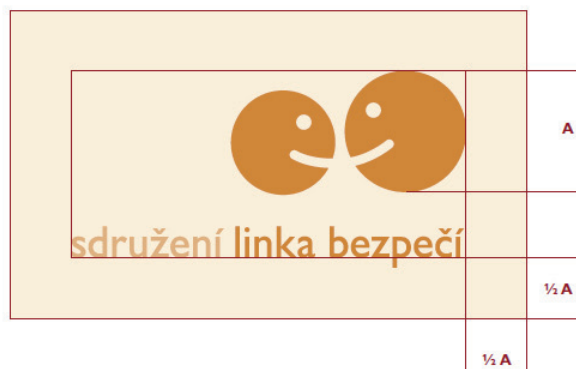


Konstrukce značky









Ochranná zóna je plocha ohraničující minimální povolenou vzdálenost ostatního textu či obrazu od loga. Předpisy pro umístění ostatních prvků v blízkosti logotypu se řídí estetickými zákonitostmi. Hranice základní ochranné zóny loga jsou ve vzdálenosti $\frac{1}{2} A$ od všech jeho okrajů. Při každém užití loga je nezbytné respektovat jeho ochranný prostor.

8 ochranná zóna loga

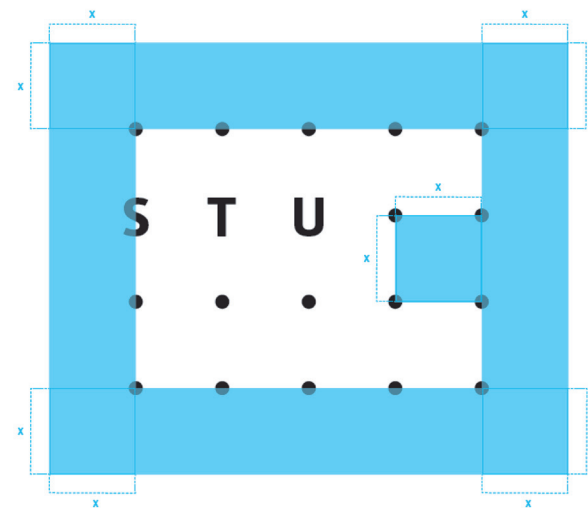
Version 1

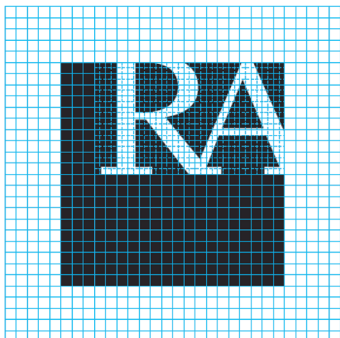


Version 2



Version 3



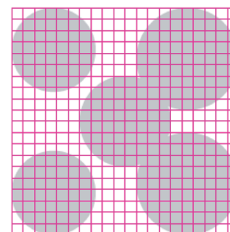


Síťový rozkres logotypu společnosti

Síťový rozkres logotypu ve čtvercové síti umožňuje kontrolovat velikost a proporcionalitu jednotlivých grafických prvků.

Je využíván zejména při realizaci logotypu v nadstandardních velikostech, kde není možno logotyp přenést na podklad standardními technologickými postupy.

Tento síťový rozkres však není vhodné používat jako předlohu pro přímou reprodukci logotypu nebo jako prostředek pro vlastní konstrukci logotypu. K tomuto účelu slouží předlohy v elektronické podobě na CD, které je přílohou tohoto manuálu.

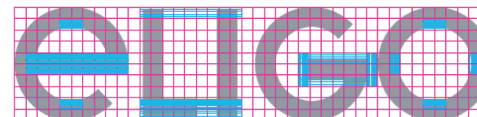


Síťový rozkres logotypu společnosti

Síťový rozkres logotypu ve čtvercové síti umožňuje kontrolovat velikost a proporcionalitu jednotlivých grafických prvků.

Je využíván zejména při realizaci logotypu v nadstandardních velikostech, kde není možno logotyp přenést na podklad standardními technologickými postupy.

Tento síťový rozkres však není vhodné používat jako předlohu pro přímou reprodukci logotypu nebo jako prostředek pro vlastní konstrukci logotypu. K tomuto účelu slouží předlohy v elektronické podobě na CD, které je přílohou tohoto manuálu.



sdružení linka bezpečí
130% A3

sdružení linka bezpečí
40 mm 100% A4

sdružení linka bezpečí
70% A5

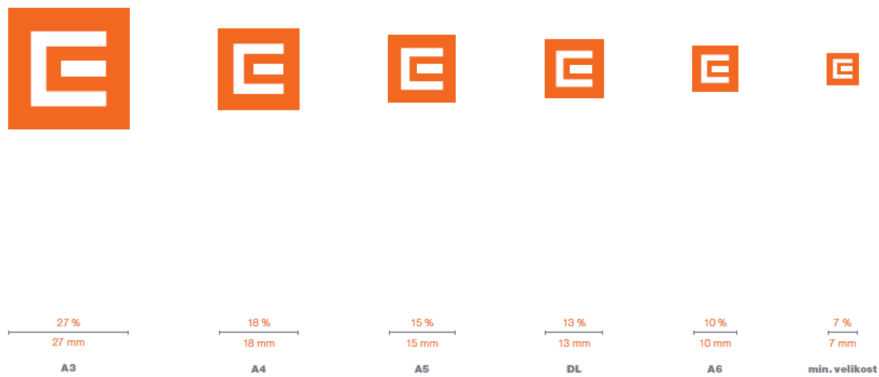
sdružení linka bezpečí
50% minimální velikost logotypu

sdružení linka bezpečí
30% minimální velikost symbolu

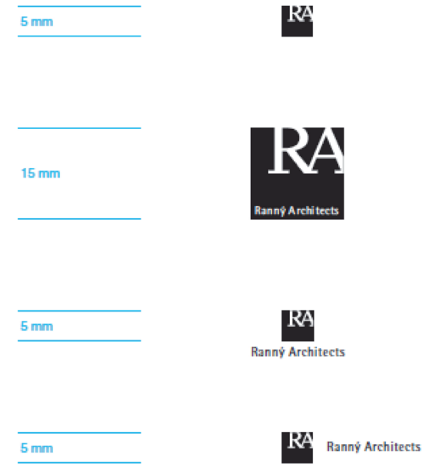
rozměrová řada

6

Rozměrová řada vychází z velikosti loga určeného pro formát A4 (hlavičkové papíry, obálky). Pro formáty A3 je doporučená velikost 130 %. Minimální doporučená velikost základní loga je 50 %, samotného symbolu 30 %. Při užití loga menší velikosti nelze zaručit jeho dostatečnou čitelnost.



minimální velikost logotypu



Minimální velikost logotypu

Minimální velikost logotypu zaručuje jeho bezchybnou reprodukci v rozlišení, které jsou schopny zajistit běžné kancelářské tiskárny. Při každé aplikaci minimální velikosti logotypu je nutné dbát na použitou technologii zpracování tak, aby nebyla narušena dostatečná čitelnost všech prvků logotypu.

Při použití menší velikosti logotypu není zaručena jeho dostatečná čitelnost a působivost.

doporučená minimální velikost logotypu



ZAKÁZANÉ VARIANTY



Nepoužívať v kombinácii s vertikálnymi pruhmi na pozadí.



Použitie podkladovej plochy musí **zachovať čitateľnosť** značky.



Nepoužívať s dodatočným farebným ohráňovaním.



Nepoužívať 3D efekty.



Použitie podkladovej plochy musí **zachovať čitateľnosť** značky.



Nepoužívať v iných farebných variáciach ako je uvedené v grafickom manuále.



Nepoužívať efekt odlesku.



Nepoužívať deformačné efekty.



rotácia



deformácia



preskupovanie častí



obrysová linka



tieň



zmena farby



03

Písmo

Definice základního a doplňkového písma

regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíéúúABCDEFHGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZĚŠČŘŽÝÁÍÉÚÚ\$(%&*+@{§¥ƒβ©®<>:;.....”
»-!/?/×)1234567890

medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíéúúABCDEFHGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZĚŠČŘŽÝÁÍÉÚÚ\$(%&*+@{§¥ƒβ©®<>:;.....”
»-!/?/×)1234567890

bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzěščřžýáíéúúABCDEFHGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZĚŠČŘŽÝÁÍÉÚÚ\$(%&*+@{§¥ƒβ©®<>
:;.....”»-!/?/×)123456789

Gill 9/10,8 bodů

Eric Gill se ujal práce na novém groteskovém písmu pro společnost Monotype. V jeho grotesku vydaném roku 1927 v první půltučné serii pod názvem Gill Sans Serif [...] V kresbě krásné proporcionovaných versálek upoutá na sebe pozornost zejména ušlechtilá forma některých kresebně obtížných písmen, jako jsou např. G, K, Q, R, S a Z, šťastná je délka příčných tahů písmen E a F, kružnice písmene O a zdařilé je i protažení písmene J pod účafi. V malé abecedě se uplatňuje citlivé vyvážení tahů silných a zeslabených, jako např. v písmenu a, které podobně jako g je zastoupeno v minuskové knižní formě. Od tradice písmařství 19. století s Gill odpoutal i v kresbě písmene t návratem k čistě formě předchozích slohových období. Soubor doplňuj velmi dobré, na výšku versálek vyrovnané číslice, vyznačující se vesměs krásnými novými formami.

Gill 8/9,6 bodů

Eric Gill se ujal práce na novém groteskovém písmu pro společnost Monotype. V jeho grotesku vydaném roku 1927 v první půltučné serii pod názvem Gill Sans Serif [...] V kresbě krásné proporcionovaných versálek upoutá na sebe pozornost zejména ušlechtilá forma některých kresebně obtížných písmen, jako jsou např. G, K, Q, R, S a Z, šťastná je délka příčných tahů písmen E a F, kružnice písmene O a zdařilé je i protažení písmene J pod účafi. V malé abecedě se uplatňuje citlivé vyvážení tahů silných a zeslabených, jako např. v písmenu a, které podobně jako g je zastoupeno v minuskové knižní formě. Od tradice písmařství 19. století s Gill odpoutal i v kresbě písmene t návratem k čistě formě předchozích slohových období. Soubor doplňuj velmi dobré, na výšku versálek vyrovnané číslice, vyznačující se vesměs krásnými novými formami.

(citováno z knihy: František Muzika, Krásné písmo II. str. 502)

Georgia 10/12 bodů

Písmo **Georgia** bylo nakresleno pro firmu Microsoft v polovině 90. let typografem **Matthew Carterem**. Je to nové patkové písmo, dobře čitelné i na obrazovce počítače. Jednotlivé znaky jsou výborně čitelné ve velikostech 8-12 bodů. Výška minusek je větší než u písma Times, ale ne tolik jako u písma Verdana.

Základním písmem použitým v logu je písmo Gill. V běžných textech se používá základní regular řez. Pro zvýraznění a vyznačování v textu jsou zvoleny další dva řezy: **medium** a **bold**. Texty by se měly sázet na levou zarážku.

Je doporučeno používat toto písmo ve všech tiskovinách (brožury, letáky, inzerce apod.). Doplňkovým písmem je písmo Georgia, které je určeno k použití v kancelářských aplikacích a při vyplňování předdefinovaných elektronických šablon.

základní typografie

7



Definice základního a doplňkového písma

písmová osnovy

akcentová čára
horní dotaznice
střední dotaznice
základní dotaznice
spodní dotaznice

Č A f g x y

VERZÁLKY minusky KAPITÁLKY NEJSOU MALÉ VERZÁLKY

výška písma (16 bodů) **Litery písma Nimbus působí velmi důstojným a elegantním dojmem** výška řádku (19,2 bodů = 120% výšky písma)

FUTURA DEMI 18/21,6 výška řádku v bodech (21,6 bodů)
velikost písma v bodech (18 bodů)

0,1 em výška písma 72 bodů = čtvereček (72×72 bodů) CELÉ JMÉNO SPOLEČNOSTI
prostrhání 0,005 em (aplikace Adobe: 5, QuartzPress: 1)

0,1 em výška písma 48 bodů = čtvereček (48×48 bodů) CELÉ JMÉNO SPOLEČNOSTI
prostrhání 0,06 em (aplikace Adobe: 60, QuartzPress: 10)

0,1 em výška písma 36 bodů = čtvereček (36×36 bodů) CELÉ JMÉNO SPOLEČNOSTI
prostrhání 0,1 em (aplikace Adobe: 100, QuartzPress: 20)

písmová rodina se člení na podrodiny

Nimbus Sans Novus

- light
- regular
- medium
- bold
- heavy
- black

manuál jednotného vizuálního stylu Školy ČEZ **obecné typografické pojmy**

Verzátky jsou velká písmena.
Minusky jsou malá písmena.
Kapitálky jsou verzálky speciálně přelichované na výšku minusky. Nejoux to tedy zmenšené verzálky. Verzátky umělé zmenšené jsou pak v osobě dříve zvidětější a působí v řádku kuličce.

manuál jednotného vizuálního stylu Školy ČEZ **typografické míry**

Základní typografickou jednotkou je typografický bod. V tomto manuálu používáme anglosaský typografický bod (0,36 mm).
Výška řádku (neprávně řádkový prostrh) je definována jako vzdálenost mezi ústředími dvou po sobě následujících řádků textu. V grafických aplikacích se výška řádku nastavuje buď **relativně**, jako procento výšky písma, nebo **absolutně** v typografických bodech.
Prostrhání je vzdálenost jednotlivých znaků (písmen, čísel, interpunkčních znamének...). Prostrhání se dělí na v relativních jednotkách – stromech **čtverečků (em)**. Čtvereček je rozměr čtverce, jehož šířka/výška se rovná definované velikosti písma. (V kovové sazce mělo písmeno M výštinou 68ka i výška kulsy shodnou, proto se čtvereček v angličtině označuje **em** – podle názvu písmena.) V grafických programech se způsobem udávání této jednotky liší: v aplikacích firmy Adobe se udává prostrhání v 1/1000 em, v aplikaci QuartzPress se používá jako jednotka 1/20 em a v kancelářských aplikacích (MS Word) je hodnota prostrhání zadávána absolutně v bodech.

BEZSERIFOVÉ
PÍSMO

základné písmo
nadpisy
webové prezentácie

regular / light / italic / bold

Základným písmom je Helvetica Neue. Toto písmo má moderný charakter a poskytuje dostatok rezov pre variabilitu použitia. V prípadoch kde toto písmo nie je z technických dôvodov možné použiť, môže byť nahradené písmom Arial

HELVETICA
NEUE

SERIFOVÉ
PÍSMO

doplňkové písmo
tlačené dokumenty
dlhšie texty

regular / italic / semibold

Doplňkovým písmom je Garamond Premier Pro. Toto písmo má moderný charakter a poskytuje dostatok rezov pre variabilitu použitia. V prípadoch kde toto písmo nie je z technických dôvodov možné použiť, môže byť nahradené písmom Times New Roman

Garamond
Premiere Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 12345 67890
»&!!(,.)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 12345 67890
»&!!(,.)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 12345 67890
»&!!(,.)

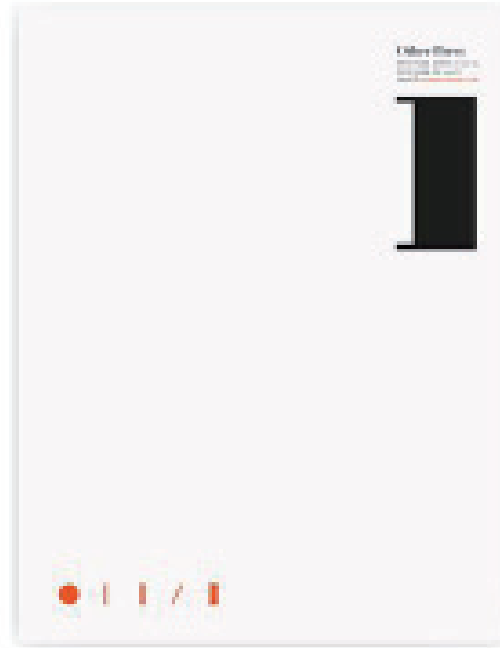
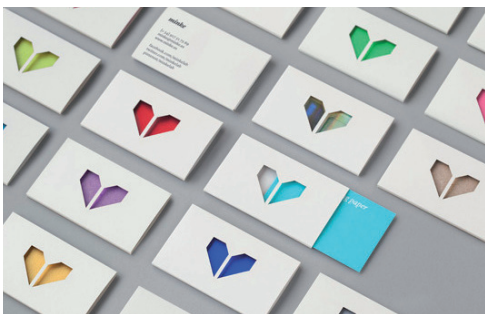
10

04

Merkantilní tiskoviny



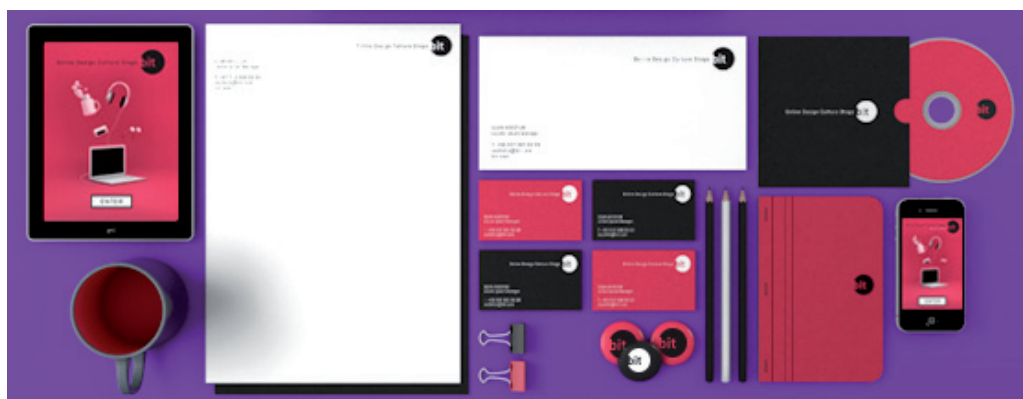
Vizitka a hlavičkový papír

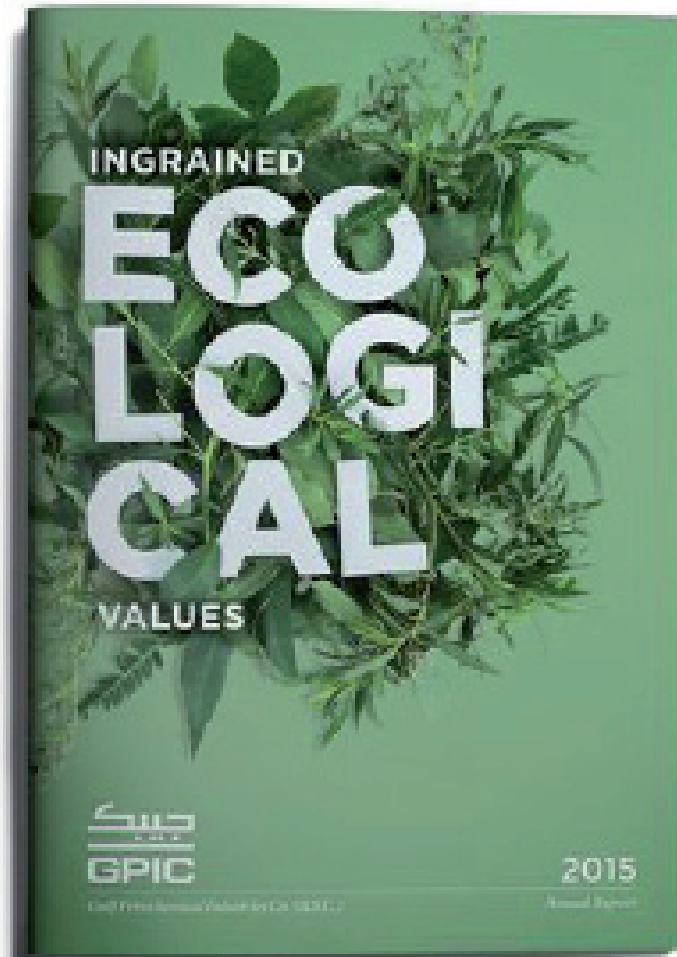


Dopisní obálky pro běžnou komunikaci se používají nejčastěji ve formátech:

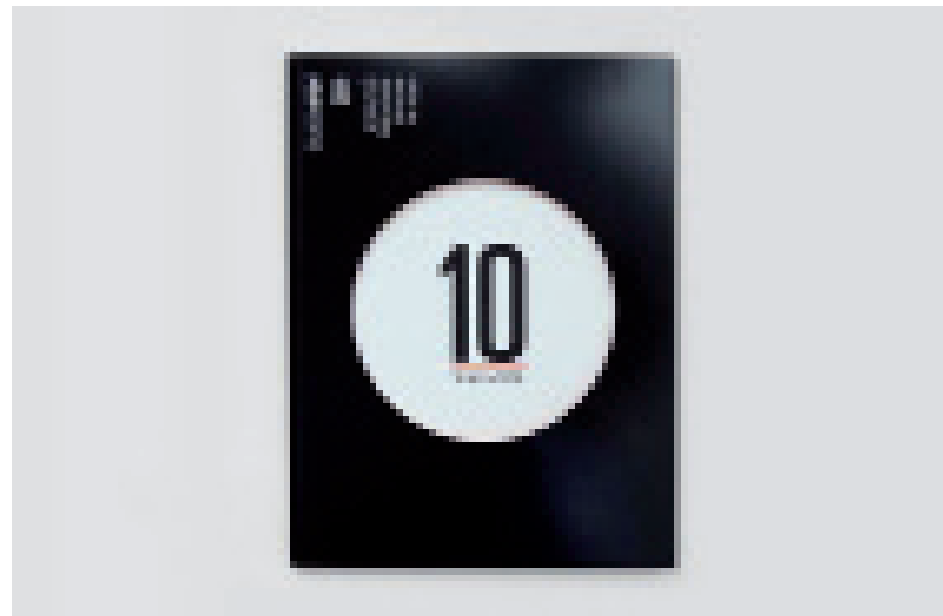
DL s okénkem nebo bez okénka (220 x 110 mm),
C6 (162 x 114 mm)
C5 (229 x 162 mm)
C4 (324 x 229 mm)

Při návrhu designu obálek je třeba vzít v potaz poštovní předpisy, týkající se především definování míst k možnému potisku. Identita je na obálce obsažena zpravidla v potisku zadní strany, na které je značka a adresa odesílatele. Zcela bezproblémové místo pro značku a adresu odesílatele je vlevo nahoře. Jednotným způsobem by měl být řešen i zápis adresáta dopisu. To se dá řešit pomocí elektronické šablony. V některých případech, zvláště u velkých společností, se prvky vizuálního stylu umísťují i do vnitřní části obálky. Takové obálky se ale musí vyrobit celé na zakázku (potisk, následný výsek a slepení).

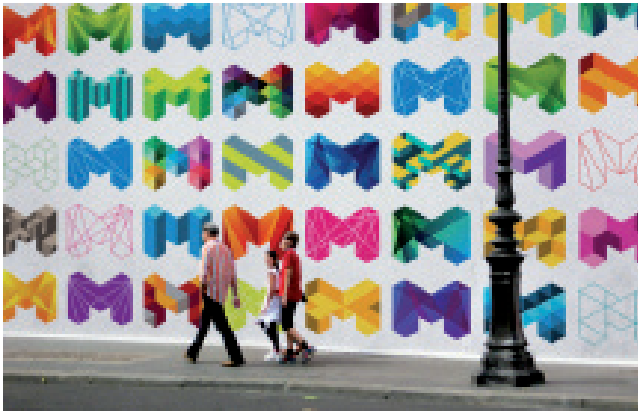




Obálka brožury, výroční zprávy



Propagační tiskoviny a prezentace značky



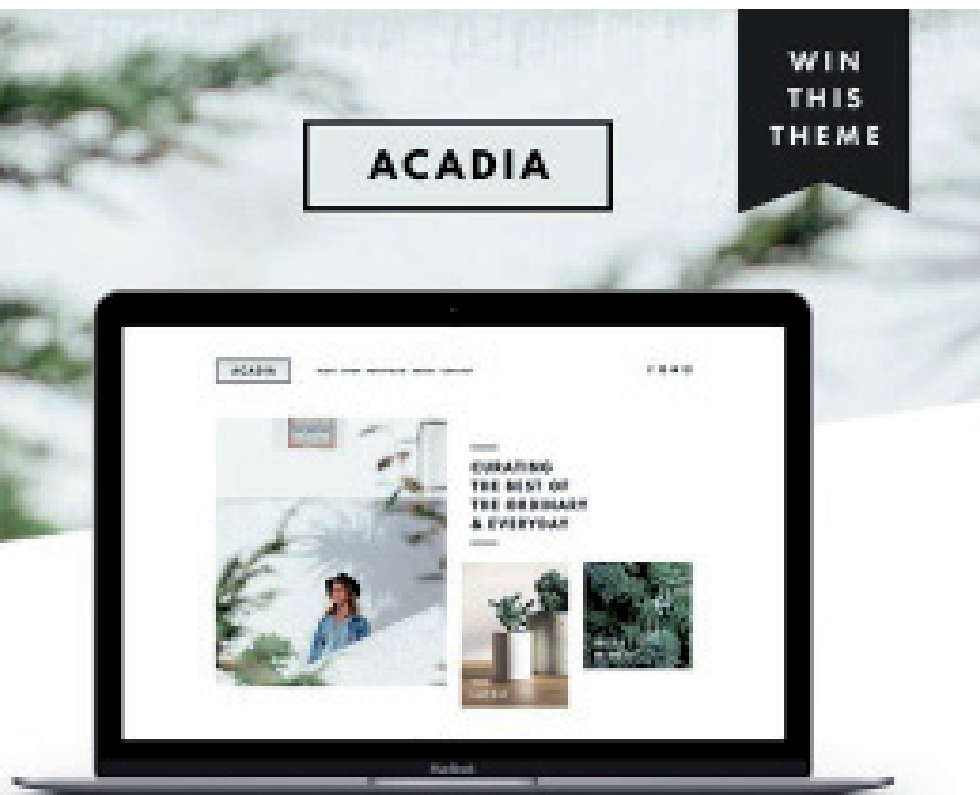
Propagační tiskoviny a prezentace značky



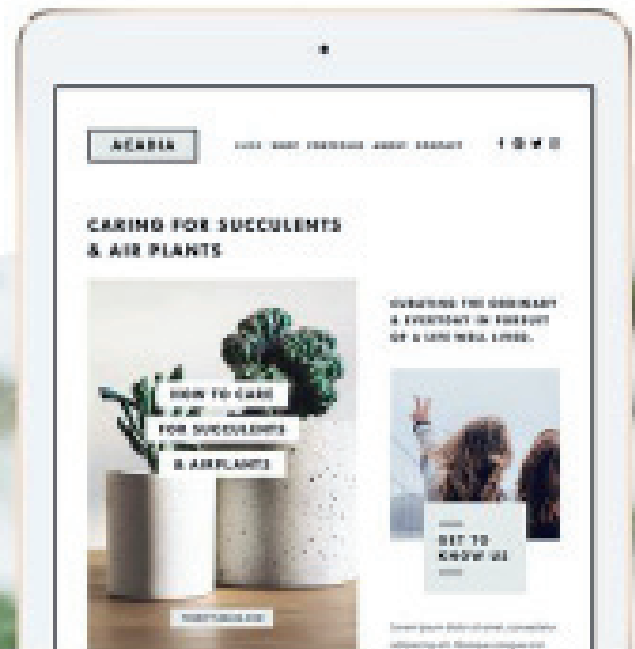
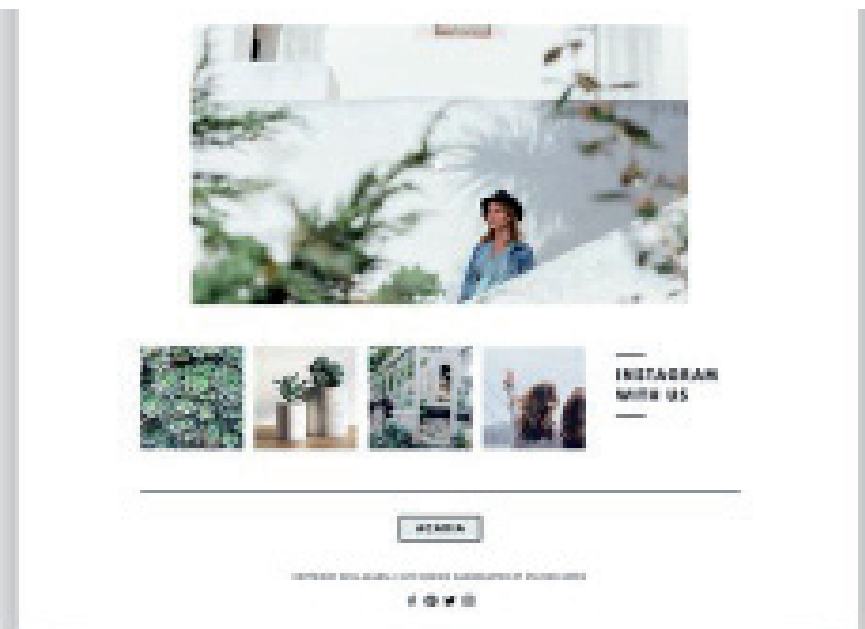
05

Webové aplikace

Grafický návrh responzivních webových stránek



A SQUARESPACE DESIGN KIT



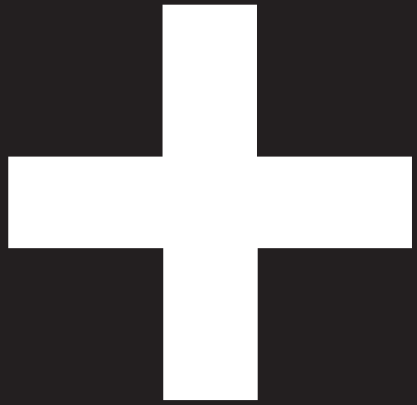
Grafický návrh responzivních webových stránek



06

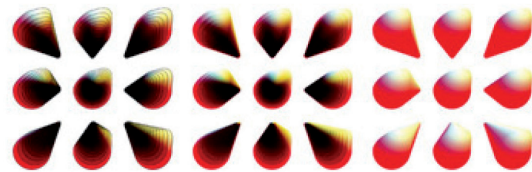
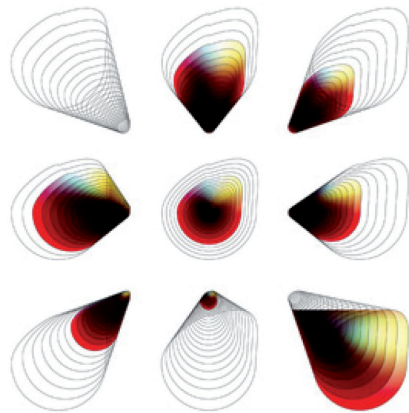
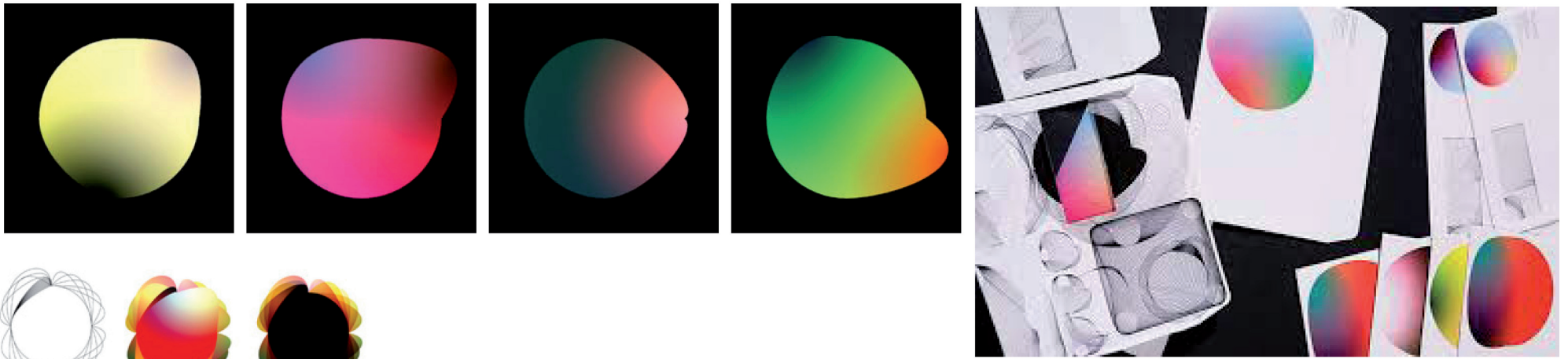
Animovaná značka

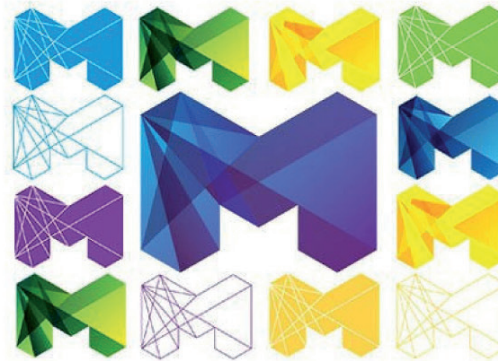
<https://cz.pinterest.com/pin/547046685969711255/>
<https://cz.pinterest.com/pin/78742693462100353/>
<https://cz.pinterest.com/pin/488851734544863976/>
<https://cz.pinterest.com/pin/211739619955125308/>
<https://cz.pinterest.com/pin/142215300714135914/>
<https://cz.pinterest.com/pin/547046685972959120/>
<https://cz.pinterest.com/pin/44332377565365561/>
<https://cz.pinterest.com/pin/547046685969404574/>
<https://cz.pinterest.com/pin/557179785133732062/>
<https://cz.pinterest.com/pin/294422894380705626/>
<https://cz.pinterest.com/pin/307159637077180650/>



Současné trendy

Generované a variabilní značky





CITY OF MELBOURNE



Generované a variabilní značky

Primary Identifier



Signature

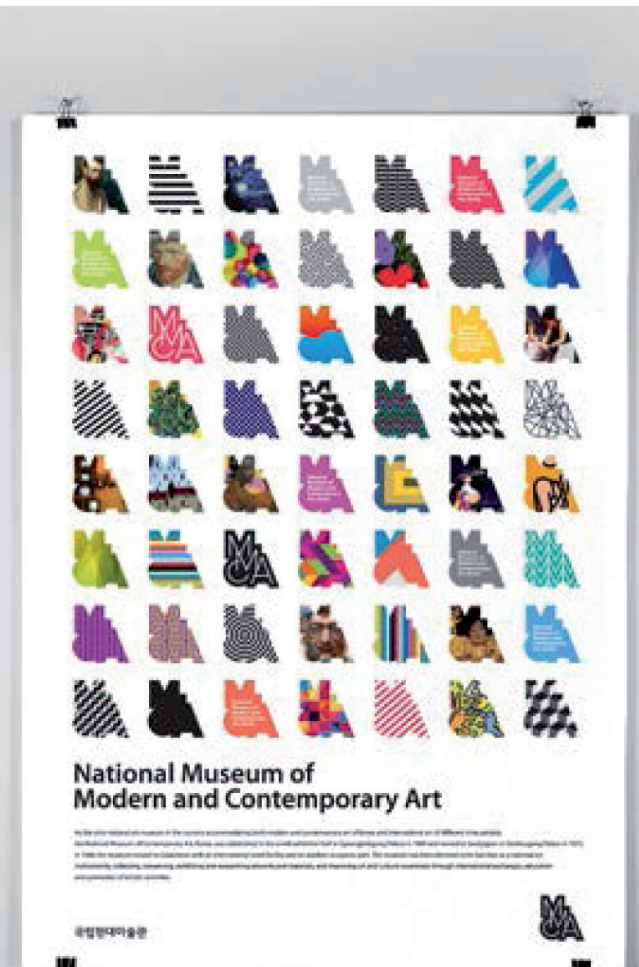


Logotype

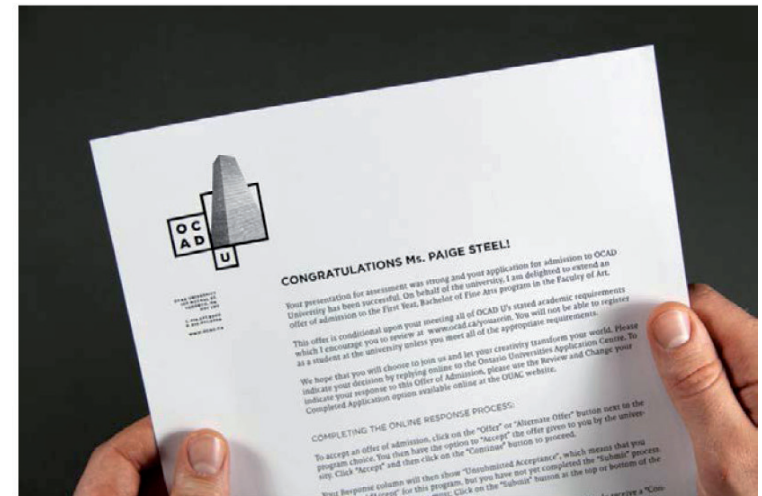
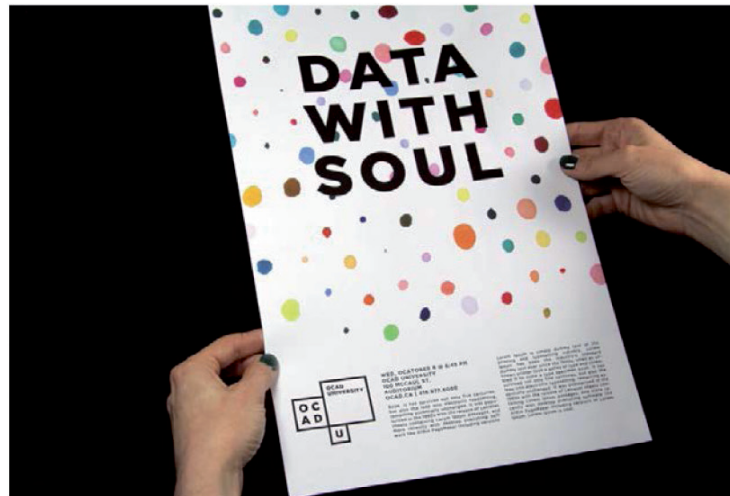
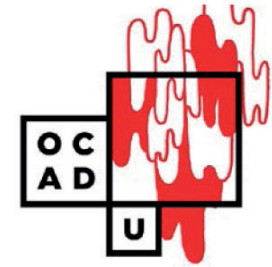
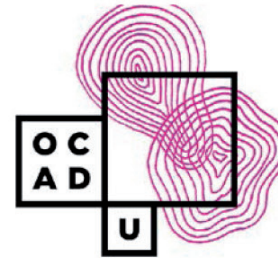
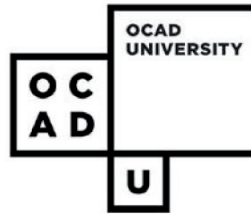
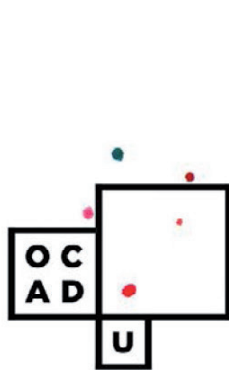
국립현대미술관

National Museum of Modern and Contemporary Art, Korea

Museum Color System



Generované a variabilní značky





LOGICMAZE
LOGICMAZE



symago

BRANDJAMIN
ACS CREATIVE



RESOURCE BRANDING & DESIGN
CONSTELLATION



PAVEL SAKSIN
ABC INTERLINGUA



01D
GALAMEDIA



UNIPEN
OPEN CHAT

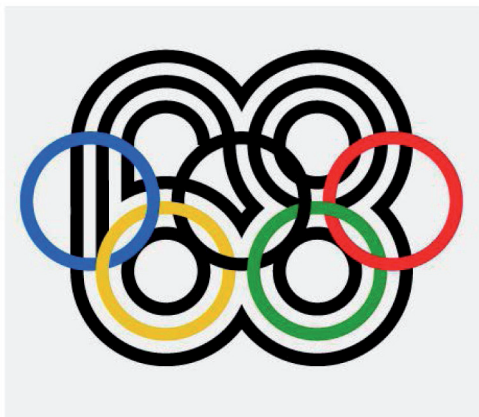


SABINGRAFIK, INC.
ISLAND POOLS

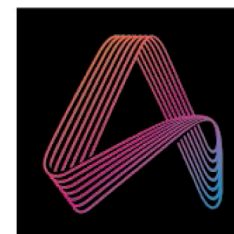


IVAN BOBROV,
THRIVE

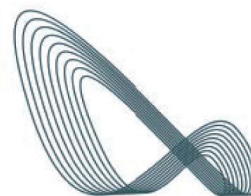




ASC
BIDLAND



HELOU DESIGN
ANTENA UNO FM



MRS SMITH
SUCCESS INSPIRATION



PENTAGRAM
FULTON CENTER



STUDIO JELLY
TIMBER PRESS



GARDNER DESIGN
GREY-COLLAR SOLUTIONS



ALEXANDER WENDE
CORTE CORVO



TRUF
KNIGHT FOUNDATION

Řízení letového provozu
České republiky

Air Navigation Services
of the Czech Republic

CANI





YURY AKULIN | LOGODIVER
LLINE



BRANDBERRY
NOVA BANK

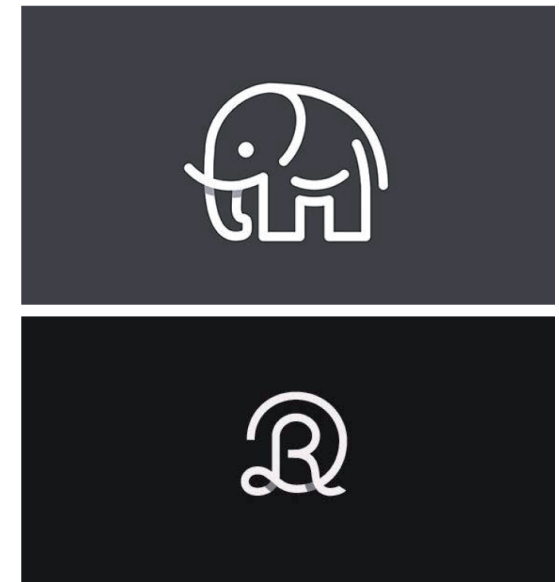


METTA™

MARIA GRÖNLUND
METTA



DIXONBAXI
FREEVIEW

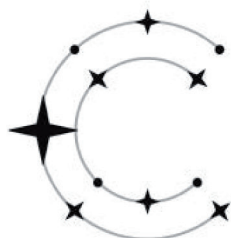




DESIGNER AND GENTLEMAN
MIODRĄG GAJĆ



TRICIA HOPE DUGAT
LUMINARE



RESOURCE BRANDING & DESIGN
CONSTELLATION



GARDNER DESIGN
PAW PROJECT



JULIAN PECK CREATIVE
ARTISAN BISTRO



JEFF PHILLIPS DESIGN
CARNYX COMMUNICATIONS INC.



WELOVENOISE
CREATIVE GROWTH LAB



MVC AGENCY
MEDIALOGIQ SYSTEMS

Vybarvování plochy / omalovánky



WANDERERS GUILD

METANOIA
WANDERERS GUILD



J FLETCHER DESIGN
SOUTH RIDGE



MMPLUS CREATIVE
FRUIT MINISTRY INDONESIA



SIVIEROJNAHAS
PUBLIC TRANSIT RECORDINGS INC.



STEVEN SCHROEDER
SAUCED



NORIŲ MĒNULIO
VITTA APS



Istok Pince

VOOV LTD.
ISTOK PINCE



KEITH DAVIS YOUNG
TRANSPICOS



SEAN HEISLER DESIGN
THE ACTIVITY EXCHANGE



HORNALL ANDERSON
FRED HUTCH



FIXER CREATIVE CO.
COMPLIANCEWISE



FOCUS LAB
ASSEMBLY



DEEP
DAPPER BARBER



REDHEAD DESIGN STUDIO
DELTA INSTITUTE



TOKSHOK
UFANET



ZACK DAVENPORT
BALDWIN&



RIJK CONCEPT & CREATION
LEVARHT



EDER SAOS
INDEXO



GALAMBOS + ASSOCIATES
POWERREVIEWS

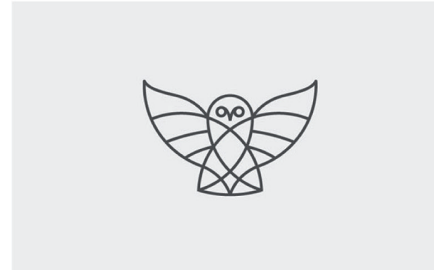
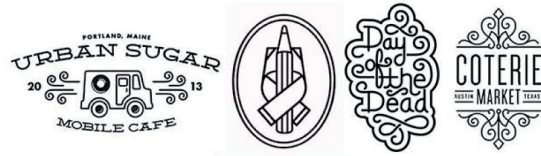


36CREATIVE
SYNAPDX

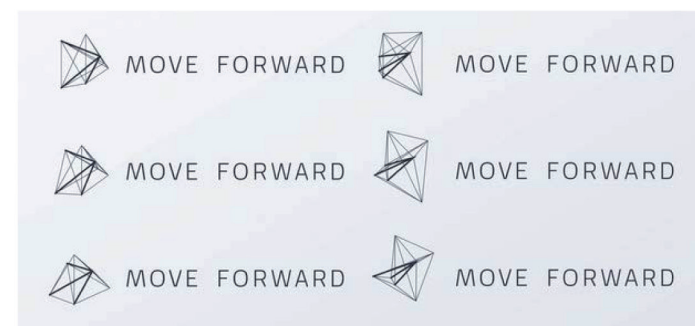
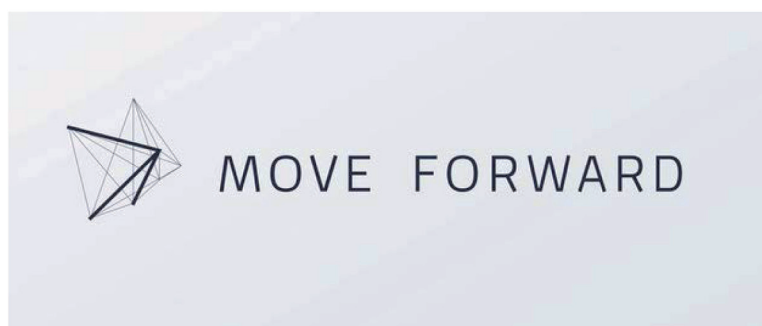


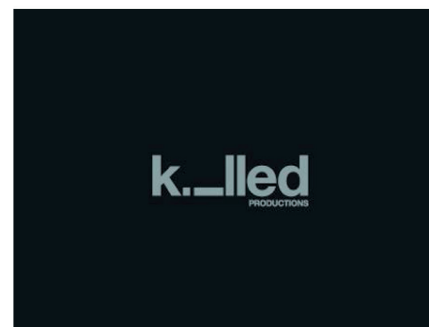
human











MORE

pencil
▼



TWINS™

—RUN

SUTNAR, Ladislav, **Ladislav Sutnar - Praha - New York - design in action**. Praha: Uměleckoprůmyslové museum, 2003. 389 s. ISBN 8071010502.

ZÁRUBA, Alan, **CI.CZ 1990-2007: firemní styl v České republice**. Praha: CI.CZ,s.r.o., c2008. 234 s.: ISBN 9788025418352.

16. mezinárodní bienále grafického designu: plakát, firemní styl, propagační grafika. Brno: Moravská galerie v Brně, 1994. 240 s. ISBN 80-7027-031-4. info

18th International Biennale of Graphic Design: poster, corporate identity, information and advertising graphics: Uměleckoprůmyslové muzeum, Pražákův palác, Místodržitelství palác, 24.6.-27.9. 1998 (Souběž.): 18. mezinárodní bienále grafického designu :. info

20th International Biennale of graphic design Brno 2002: poster, corporate identity, information and advertising graphics: Brno capital of visual communication 2002 (Souběž.): 20. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2002: plakát, firemní, inf. info

22nd International Biennale of Graphic Design in Brno 2006 :**poster/corporate identity/information and advertising graphics**: 13.6.-15.10.2006. Brno: Moravská galerie v Brně, 2006. 220 s. ISBN 80-7027-150-7. info

SVOBODA, Václav. **Corporate identity**: učební text. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. 67 s. ISBN 80-7318-106-1. info -).

LIDWELL, William. **Univerzální principy designu**: 125 způsobů jak zvýšit použitelnost a přitažlivost a ovlivnit vnímání designu. Brno: Computer Press, 2011. 272 s. ISBN 9788025135402

FIELL, Peter, **Graphic design for the 21st century**: grafikdesign im 21. Jahrhundert le design graphique au 21 siècle: 100 of the world's best graphic designem. Köln: Taschen, c2003. 637 s. ISBN 3822816051

American corporate identity 2003. Edited by David E. Carter. New York: Harper Collins International, 2002. 320 s. ISBN 0-06-008125-2. info

Japanese graphics now!. Köln: Taschen, c2003. 607 s. ISBN 3822825891

The rise of asian design. Hong-Kong: HKDA Awards, c2005. 483 s. ISBN 9889705478

WLASSIKOFF, Michel. **The story of graphic design in France**. Corte Madera: Gingko Press, c2005. 399 s. ISBN 158423220X

New logo: a collection of corporate identities. Singapore: Page One Publishing, c2004. 320 p. ISBN 9812451226

Logomania: italien signs. Modena: Red Publishing, 2006. 287 s. ISBN 8888492054

Short'N'Strong: taste the real italian corporate identity! Modena: Red Publishing, 2008. 312 s. ISBN 9788888492100

Reviewing graphics in Britain. Barcelona ; New York: Actar, c2010. 288 s. ISBN 9788496954786

STOKLOSSA, Uwe. **Advertising: new techniques for visual seduction**. London: Thames & Hudson, c2007. 270 s. ISBN 9780500513408

EVAMY, Michael. **Logo**. London: Laurence King Publishing, c2007. 352 s. ISBN 9781856695282

MORGAN, Conway Lloyd. **Logos: logo, identity, brand, culture**. Crans-Pres-Celigny: Rotovision, c1999. 160 s. ISBN 2880463289

MOLLERUP, Per. **Marks of excellence**: the history and taxonomy of trademarks. London: Phaidon Press Limited, c1997. 240 s. ISBN 0714838381

Logo 5: an international collection of logo design. New York: Graphis, c2001. 255 s. ISBN 1888001542

The best in world trademarks :corporate identity: brand identity. Seoul: Millim Publishing Company, 2000. 295 s. ISBN 89-951198-1-0. info

The best in world trademarks :corporate identity: brand identity. Seoul :. Millim Publishing Company, 2000. 295 s. ISBN 89-951198-2-9. info

WHEELER, Alina. **Designing brand identity**: an essential guide for the entire branding team. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, c2009. 310 p. ISBN 9780470401422

MYERSON, Jeremy. **Rewind forty years of design & advertising**. London: Phaidon Press Limited, c2002. 512 s. ISBN 0714842710

Stationery design now! Stationery all over the Word. Köln: Taschen, c2010. 383 s. ISBN 9783836518970

Mini graphics: Maximum impact in a mini format. Barcelona: Promopress, c2010. 372 s. ISBN 9788492810123

Big format advertising. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones, c2010. 223 s. ISBN 9788496823778

Branding logo: from the first sketch final trademark. Barcelona: Monsa, 2011. 191 s. ISBN 9788415223092