



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

Ke Kamenci 151, 530 02 Pardubice

# **MATURITNÍ PROJEKT**

Portfolio firmy BRANAD pro marketingovou  
komunikaci

Příjmení, jméno: Brokeš Michal

Třída: 4.A

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

Školní rok: 2020/2021

# Zadání maturitního projektu z infromatických předmětů

Jméno a příjmení: *Michal Brokeš*

Školní rok: *2020/2021*

Třída: *4.A*

Obor: *Informační technologie 18-20-M/01*

Téma práce: *Portfolio firmy BRANAD pro marketingovou komunikaci*

Vedoucí práce: *ak. mal. Daniel Václavík*

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

Vytvoření kompletního grafického portfolia fiktivní marketingové firmy BRANAD s marketingovým přesahem.

- grafický návrh logotypu
- vytvoření korporátní identity – pravidla pro použití logotypu, typografie, aplikace loga (dopisní obálka, vizitka, hlavičkový papír, e-mailový dopis, polep auta), příklady použití
- tvorba responsivního webu
- návrh bannerů
- prezentace na sociálních sítích
- teoretický popis marketingových strategií, SEO a SWOT analýza
- grafický návrh propagačních předmětů (letáky, tužky, poznámkové bloky)

## 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 firemního textilu

**do 31. ledna 2021** – dokončení práce na webu a na sociálních sítích

**do 31. března 2021** – finalizace projektu, realizace tiskovin a propagačních předmětů

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

V Pardubicích dne:

---

Touto cestou děkuji ak. mal. Danielu Václavíkovi a Mgr. Richardu Brunovi za odborné vedení maturitního projektu a podnětné návrhy na jeho rozšíření.

# **Anotace**

Cílem maturitního projektu bylo vytvořit kompletní grafické portfolio fiktivní firmy. Ukázat možnost použití grafiky pro prezentaci firmy jak v reálném světě, tak na sociálních sítích a vytvoření responzivního webu. Dále udělat SWOT analýzu, zhodnotit konkurenci a zanalyzovat jejich webovou prezentaci.

## **Klíčová slova**

Grafika, grafické portfolio, korporátní identita, marketing, web, reklama, video, sociální sítě, průzkum trhu, SWOT

## **Annotation**

The goal of the graduation project was to create a complete graphic portfolio of a fictitious company. Show the possibility of using graphics to present your business both in the real world and on social networks and create a responsive website. Next, do swot analysis, evaluate the competition and analyze their web presentation.

## **Key words**

Graphics, graphic portfolio, corporate identity, marketing, web, advertising, video, social networks, market research, SWOT

# Obsah

1	Představení firmy Branad .....	9
2	Použité nástroje .....	9
2.1	Adobe Photoshop.....	9
2.2	Adobe Illustrator .....	9
2.3	Adobe InDesign.....	9
2.4	Adobe Premiere Pro.....	9
2.5	Adobe After Effects.....	9
2.6	Pingdom.....	9
2.7	WordPress.....	10
3	Logo .....	11
4	Grafický manuál.....	12
4.1	Sazební obrazec .....	12
5	Korporátní identita .....	13
6	Vizitka.....	14
7	Firemní desky.....	14
8	Hlavičkový papír.....	15
9	Firemní obálka .....	15
10	Poznámkový blok.....	16
11	Firemní propiska .....	17
12	Polep firemního auta .....	17
13	Webové stránky.....	18
13.1	Úvodní stránka webu .....	19
13.2	Stránka služeb .....	20
13.3	Stránka o firmě.....	21
13.4	Stránka kontaktů .....	22
14	Sociální síť .....	23
14.1	Facebook.....	23
14.2	LinkedIn.....	24
14.3	Youtube.....	24
15	Propagační video .....	25
16	SWOT analýza .....	26
17	Konkurenční firmy .....	27
17.1	eBRÁNA s.r.o.....	27

17.2	DF MARKETING, s.r.o.....	27
18	Srovnání webové prezentace konkurenčních firem .....	28
18.1	Web DF MARKETING .....	28
18.2	Web eBRÁNA .....	30
19	Závěr.....	31
20	Citace.....	32
21	Seznam obrázků .....	33
22	Seznam tabulek .....	33
23	Seznam příloh.....	33

# Úvod

Cílem maturitního projektu bylo vytvořit kompletní grafické portfolio fiktivní firmy a ukázat možnost použití grafiky jak v reálném světě, tak na internetu. V rámci projektu byl také vytvořen funkční firemní web a profily na sociálních sítích.

Součástí maturitního projektu je i SWOT analýza, zhodnocení konkurence a porovnání jejich webových prezentací.

Projekt tohoto typu jsem si vybral, neboť práce především na statické grafice mě během studia střední školy velice nadchla. Chtěl jsem ukázat, že dokážu připravit materiály pro prezentaci firem na vysoké úrovni, a to i pro profesionálně se prezentující společnost, jako je agentura zabývající se tvorbou webů a online marketingem.



# 1 Představení firmy Branad

Jedná se o marketingovou agenturu, jenž pomáhá firmám zlepšit komunikaci v online prostředí a tím oslovit větší množství potenciálních zákazníků, kteří generují firmám tržby. Společnost Branad za tímto účelem nabízí služby Tvorba webu, kdy firmám pomáhá zlepšit jejich dosavadní prezentaci, případně vytváří weby zcela nové. Online marketing, který zahrnuje komunikaci na sociálních sítích a placenou propagaci na internetu, také nabízí Firemní konzultace, kdy firmám zlepšuje interní komunikaci a vztahy mezi společnostmi a zaměstnanci.

## 2 Použité nástroje

### 2.1 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky (např. fotografií) vytvořený firmou Adobe Systems.[1]

### 2.2 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator je komerční vektorový grafický editor od společnosti Adobe Systems. Program se používá pro tvorbu vektorové grafiky (např. loga, vizitky, ikony).[2]

### 2.3 Adobe InDesign

Adobe InDesign je software určený pro sazbu (desktop publishing) vyrobený firmou Adobe Systems.[3]

### 2.4 Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro je software pro střih videí. Je součástí Adobe Creative Cloud, který zahrnuje střih videa a grafický design.[4]

### 2.5 Adobe After Effects

Adobe After Effects je počítačový program softwarové firmy Adobe Systems pro tvorbu speciálních filmových efektů, pohyblivé grafiky a kompozici obecně.[5]

### 2.6 Pingdom

Pingdom je globální řešení pro sledování výkonu a dostupnosti pro webové stránky, aplikace a servery. Aplikace byla využita primárně pro změření doby vykreslení webu a zjištění jeho velikosti.

## **2.7 WordPress**

Open source software, který můžete použít k vytváření krásných webových stránek, blogů nebo jiných aplikací.[6]

## Praktická část

### 3 Logo

Logo patří mezi základní prvky značky. Správně navržené logo pomáhá zákazníkům si značku rychleji vybavit a zapamatovat. Pojmem branding se označuje přidávání loga na výrobky a jiné reklamní předměty.

Logotyp Branad je tvořen ze dvou částí. První část je samotný název Branad, druhá část je symbol v podobě samotného písmene „B“, které je částečně ohraničeno čtvercem se zaoblenými rohy stejné barvy, kterému chybí levý dolní roh.

Hlavní myšlenkou bylo, vytvořit čisté a minimalistické logo, které bude působit profesionálně.



*Obrázek 1 - Logo Branad, Zdroj: vlastní*

## 4 Grafický manuál

K firemnímu logu byl také vytvořen grafický manuál, který jasně definuje pravidla použitelnosti loga v tiskovinách, na materiálech a v elektronické podobě. Manuál obsahuje informace o konstrukci loga, správném použití barev, ochranné zóně a typech písem.

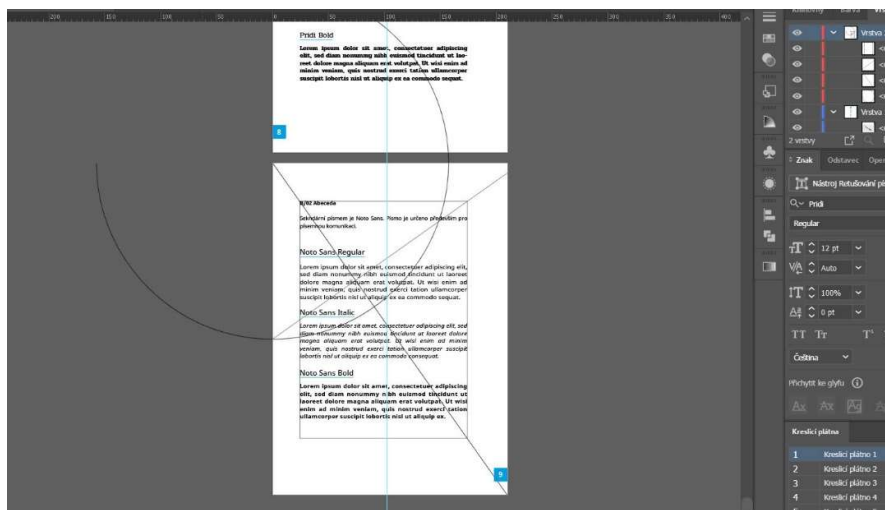
Celý manuál v příloze číslo 1.



Obrázek 2 - Grafický manuál, Zdroj: vlastní

### 4.1 Sazební obrazec

Při tvorbě manuálu se dbalo na správné použití sazebního obrazce stránky. To je část plochy stránky knižní publikace, která je k dispozici pro konečnou sazbu textů a ilustrací (obrázky, grafy, tabulky, fotografie). Velikost a umístění sazebního obrazce na stránce jsou v praxi dány velikostí vnitřního (u hřbetu), vnějšího, horního a dolního okraje. [7]



Obrázek 3 - Ukázka sazebního obrazce, Zdroj: vlastní

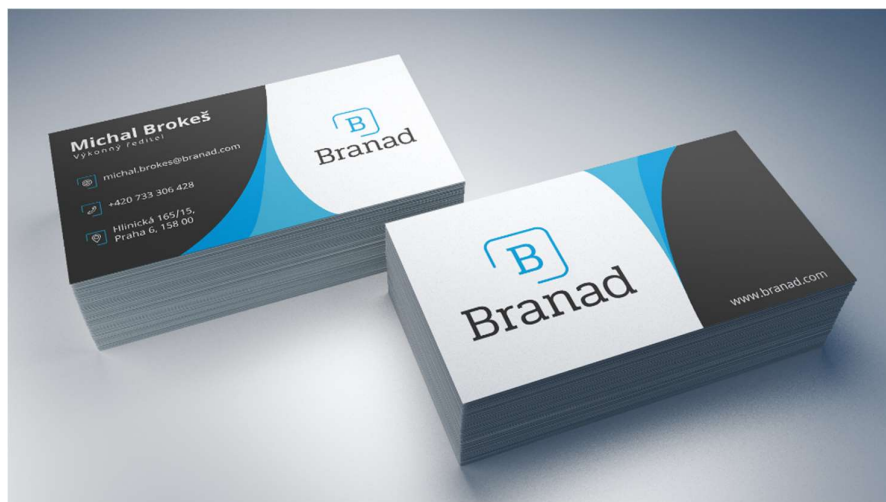
## 5 Korporátní identita

Firemní design je podstatou vizuální identity firmy, neboť na jeho základě můžeme firmu identifikovat a odlišit ji od ostatních firem. Jedná se o soubor vizuálních hodnot používaných v komunikaci uvnitř, ale zejména vně firmy. Pro pojem „design“ se často používá i označení jednotný vizuální styl (JVS), tj. graficky zpracovaná vizuální tvář firmy. [8]

Veškeré části korporátní identity se řídí podle grafického manuálu a snaží se držet jednoduchý a čistý design.

K lepší prezentaci grafických návrhů byly použité mockupy s licencemi pro volné použití bez nutnosti citace autorů.

## 6 Vízitka



Obrázek 4 - Firemní vizitky, Zdroj: vlastní

## 7 Firemní desky



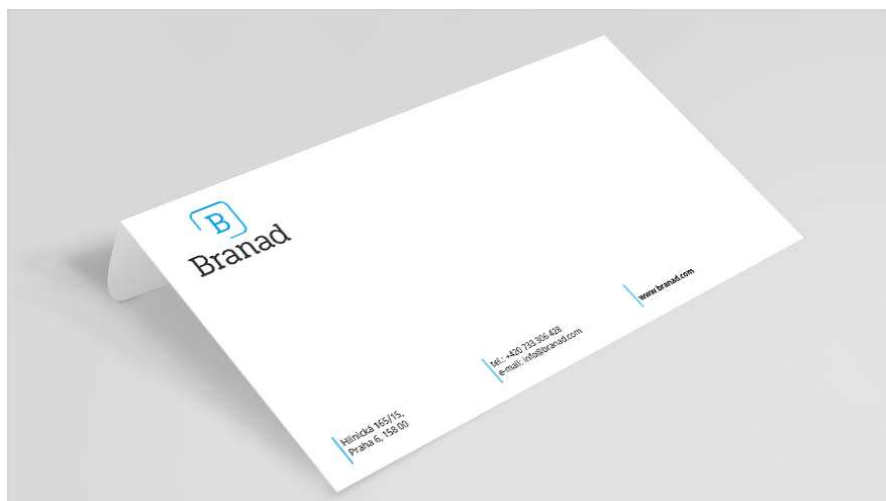
Obrázek 5 - Firemní desky, Zdroj: vlastní

## 8 Hlavičkový papír



Obrázek 6 - Hlavičkový papír, Zdroj: vlastní

## 9 Firemní obálka



Obrázek 7 - Firemní obálka, Zdroj: vlastní

## 10 Poznámkový blok



Obrázek 8 - Firemní poznámkový blok, Zdroj: vlastní

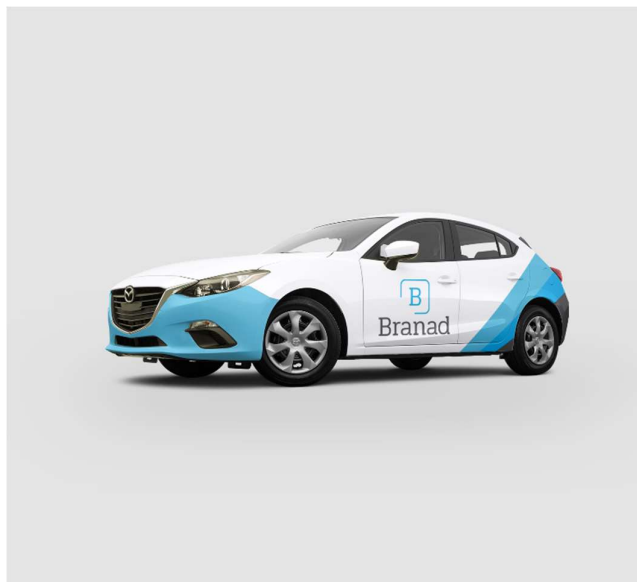


## 11 Firemní propiska



Obrázek 9 - Firemní propiska, Zdroj: vlastní

## 12 Polep firemního auta



Obrázek 10 - Firemní polep auta, Zdroj: vlastní

## 13 Webové stránky

Účelem bylo vytvořit takový web, který bude jednoduchý, ale zároveň bude dostatečně prezentovat firmu a její služby. Web byl vytvořen tak, aby se co nejrychleji načítal a byl dobře optimalizovaný pro vyhledávače. Pro ještě lepší SEO byl použit plugin Yoast SEO.

První věc, kterou návštěvník na úvodní stránce uvidí je call to action tlačítko, které ho přesměruje na stránku s jednotlivými službami a jejich popis. Dále se na úvodní stránce nachází seznam nabízených služeb, ovšem pouze s krátkým popisem a proklikem na detail. Jako poslední důležitým prvek úvodu jsou body, proč zvolit právě tuto firmu.

Web dále obsahuje stránku „O nás“, kde se nachází vize, hodnoty a mise společnosti a stránku „kontakt“, která obsahuje kontaktní formulář, jenž slouží primárně pro projevení zájmu o jednu nebo více z nabízených služeb, případně jako prostor pro obecný dotaz.

## 13.1 Úvodní stránka webu

**Branad** Úvod Služby O nás Kontakt

# VYJDĚTE ZE STÍNU KONKURENCE

Vyvážíme firemní prezentace dle aktuálních trendů

[ZVÝŠIT PRODEJ](#)

## Pomůžeme vám dostat vaši značku na vrchol

Každý problém řešíme individuálně dle potřeb klienta

- Tvorba Webu**  
Vdechněte svému byznysu nový život s moderní prezentací, kám se každý zákazník rád vrátí.
- Online Marketing**  
Zlepšete komunikaci se zákazníky a vybudujete si na internetu dobré jméno.
- Firemní konzultace**  
Nešlape to ve vaší firmě, jak má? Zjistíme proč a navrhneme nejlepší řešení, které vám pomůže k vyšším ziskům.

90 HOTOVÝCH PROJEKTŮ ✓ 120 SPOKOJENÝCH KLIENTŮ ♥ 250+ HODIN KONZULTACÍ 👍

## Pomůžeme vám dosáhnout vašich cílů

Ke každému klientovi přistupujeme individuálně  
Přispíváme k růstu vašeho byznysu  
Garantujeme profesionální přístup a jednání  
Stojíme si za kvalitou našich služeb

**Pojďme se pobavit o vašem byznysu**  
Nebojte se nám nezávazně napsat.

[KONTAKT](#)

Branad.com  
© Copyright 2021

**O nás**  
O nás  
Naše služby  
Naše hodnoty

**Kontakt**  
733 306 428  
info@branad.com  
Hlínická 165/15, Praha 6, 158 00

Obrázek 11 - Úvodní strana webu, Zdroj: [9]

## 13.2 Stránka služeb

### Naše služby

#### Tvorba webu

Web je v dnešní době nezbytnou součástí každého úspěšného podniku. I přesto na něj firmy mnohdy zapomínají a nevěnují mu dostatečnou pozornost. Nevědomky tak přicházejí o potenciální zákazníky a zisky.

Jsme tu od toho, abychom tyto problémy vyřešili. Vytvoříme vám moderní web s **responzivním** designem, na který se vaši zákazníci rádi vrátí a budou si vás pamatovat. Samozřejmostí je **SEO**, zabezpečení **HTTPS** a splňování všech aktuálních trendů.



Nezávazně nám napište.

[MÁM ZÁJEM](#)



#### Online Marketing

Mit funkční web a profily na sociálních sítích je jedna věc, ale umět je správně používat je věc druhá. Online marketing je mocný nástroj s jehož pomocí můžete **výrazně pomoci** svému byznysu.

Naši odborníci jsou tu od toho, aby vás naučili využít potenciál online marketingu **naplno**.

Nezávazně nám napište.

[MÁM ZÁJEM](#)

#### Firemní konzultace

Možná si nejste úplně jisti, co přesně by potřebovalo zlepšit a jak oslovit více zákazníků. Problém může být jak na webu, v špatně zvolené komunikaci, nebo v něčem úplně jiném.

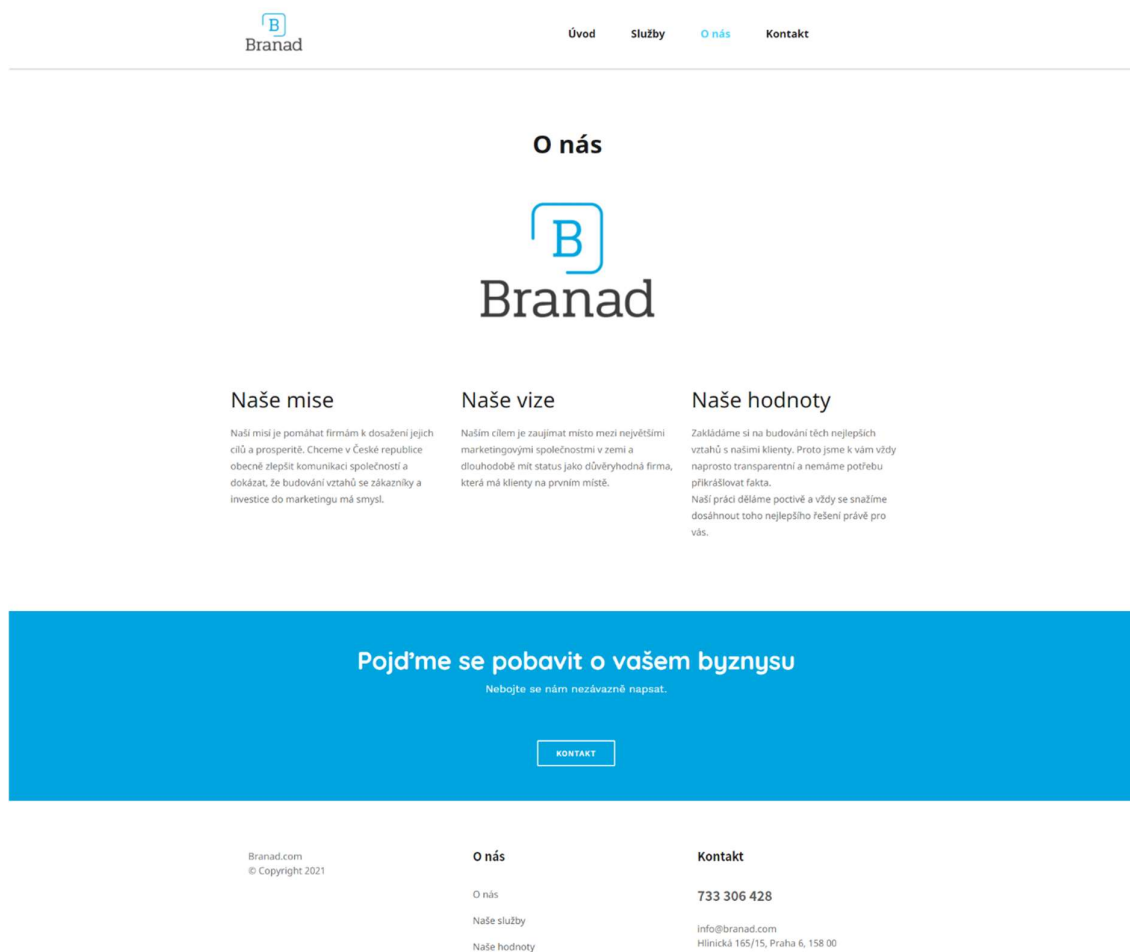
Zhodnotíme váš aktuální stav a vymyslíme nejlepší řešení právě pro **vaši** firmu.



Nezávazně nám napište.

[MÁM ZÁJEM](#)

## 13.3 Stránka o firmě



Obrázek 13 - Podstránka o firmě, Zdroj: [9]

## 13.4 Stránka kontaktů

**Branad**

Úvod Služby O nás **Kontakt**

**Kontakt**

✉ info@branad.com  
☎ 733 306 428  
📍 Hlínická 165/15,  
Praha 6, 158 00

f y in

**Napište nám**

Jméno a příjmení \*

Společnost

E-mail \*

Telefon \*

Vaše zpráva \*

**ODESLAT**

Branad.com  
© Copyright 2021

**O nás**

O nás  
Naše služby  
Naše hodnoty

**Kontakt**

**733 306 428**  
info@branad.com  
Hlínická 165/15, Praha 6, 158 00

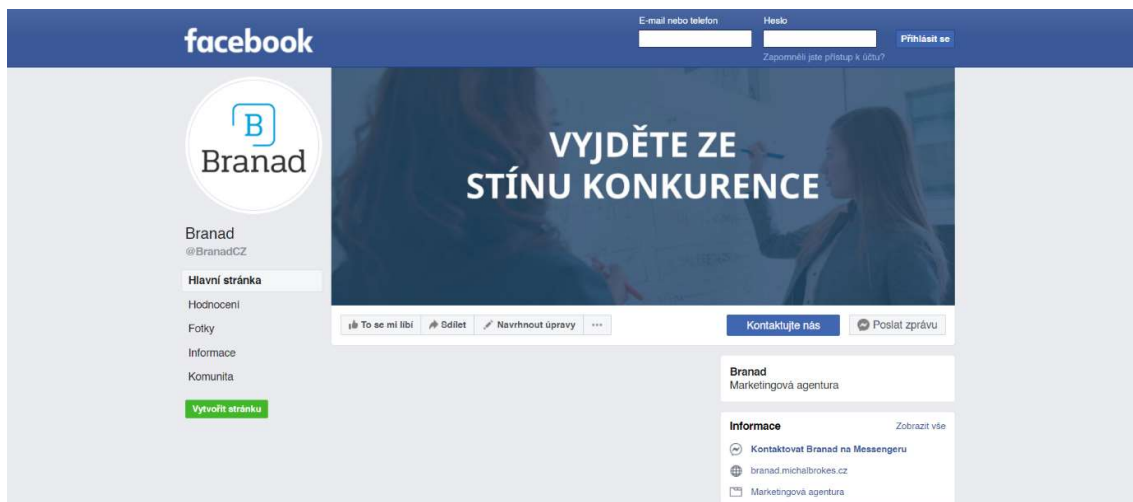
Obrázek 14 - Podstránka kontaktů, Zdroj: [9]

## 14 Sociální sítě

Součástí prezentace na internetu jsou bezpochyby i sociální sítě. Pro firmu Branad byly založeny profily na třech sociálních sítích.

### 14.1 Facebook

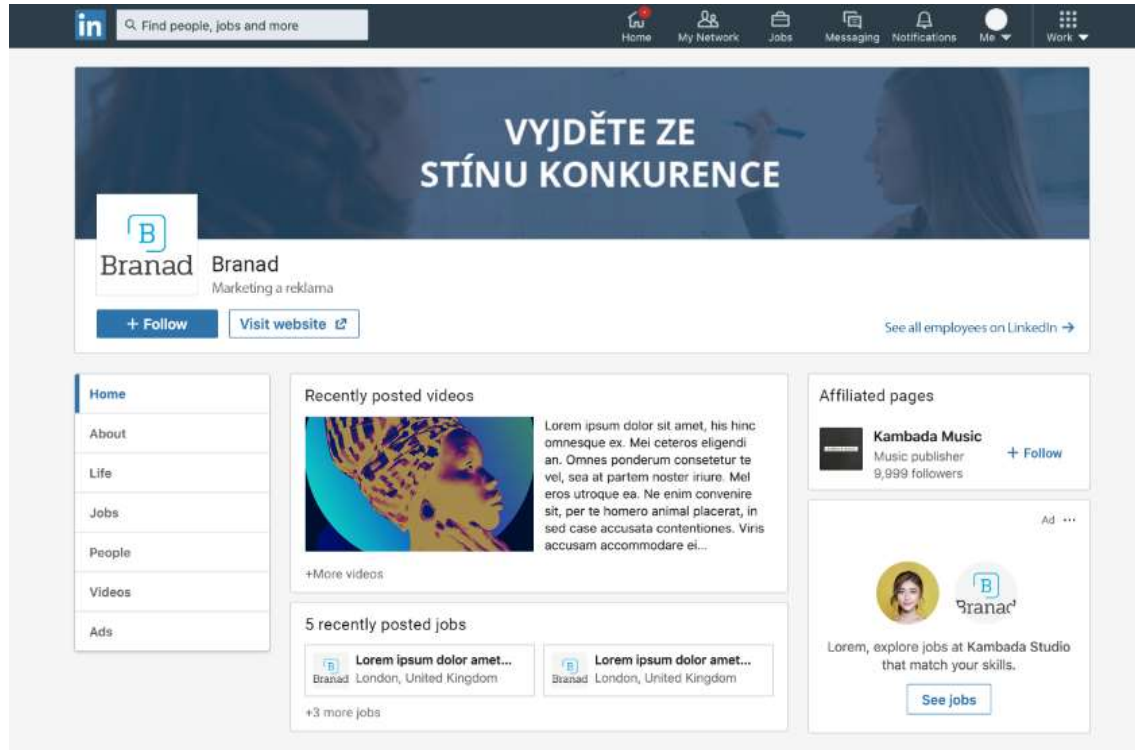
Facebook je síť s největším počtem uživatelů. V dnešní době již není tak populární mezi mladší generací, kde dlouhodobě panuje sestupný trend. Ovšem mezi starší generací má stále velmi silné postavení a propagovat na něm služby určené této generaci se určitě vyplatí.



Obrázek 15 - Stránka firmy na síti Facebook, Zdroj: [10]

## 14.2 LinkedIn

LinkedIn je profesní sociální síť, kde mohou uživatelé diskutovat o svých profesních zájmech. Je ideálním řešením pro propagaci firem s modelem B2B.



Obrázek 16 - Mockup firmy na síti LinkedIn, Zdroj: vlastní

## 14.3 Youtube

Pro umístování videoobsahu na internet není lepší možnost, než prostřednictvím sítě Youtube. Kanál pro firmu Branad byl vytvořen za účelem nahrání propagačního videa.

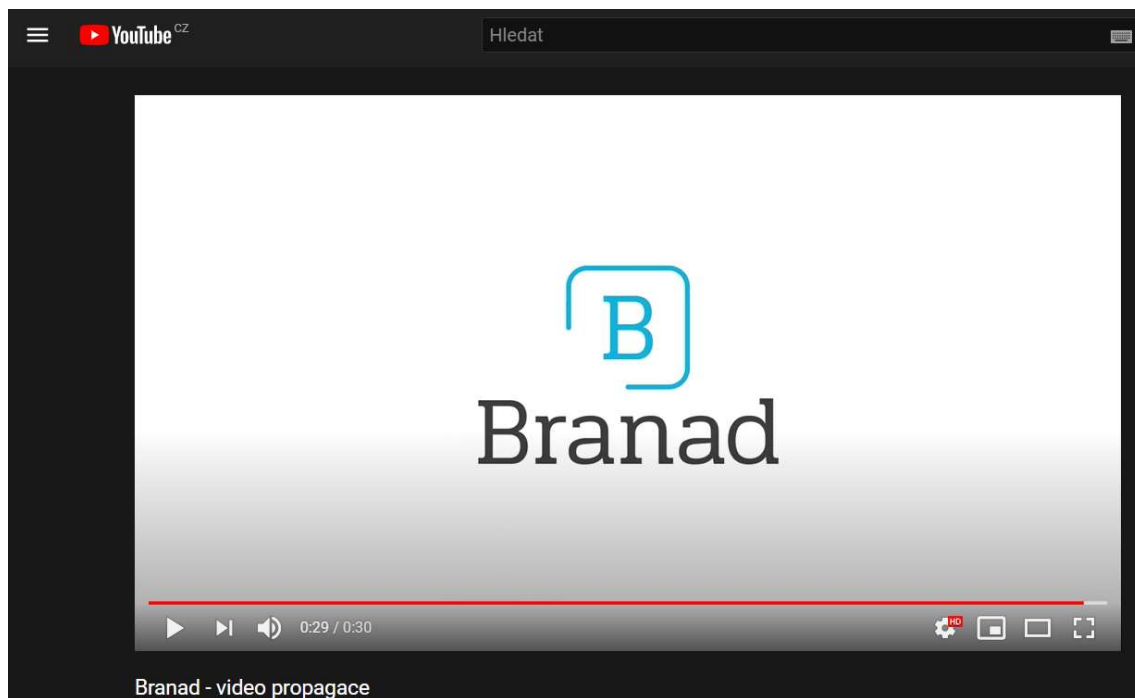


## 15 Propagační video

V rámci projektu bylo vytvořeno také třicetisekundové video, které je možné použít k propagaci firmy na sociálních sítích, případně jiném médiu.

Celé video bylo vytvořeno v programu Adobe After Effects a jedná se o takzvané „Kinetic typography“ video s prvky klasické animace. Tedy převážně rychle se pohybující text vybízející k akci.

Cílem bylo vytvořit úderné video, které zaujme a zároveň dokáže představit nabízené služby v krátkém čase.



Obrázek 17 - Snímek videa na Youtube, Zdroj: [11]

# Teoretická část

## 16 SWOT analýza

SWOT je zkratka z anglického originálu, kde S = Strengths (Silné stránky), W = Weaknesses (Slabé stránky), O = Opportunities (Příležitosti), T = Threats (Hrozby). SWOT je tedy zkratkou pro vnitřní silné a slabé stránky organizace a příležitosti a hrozby z vnějšího prostředí organizace.[12]

<b>Silné stránky</b> Kladen důraz na vysokou kvalitu služeb Profesionální přístup ke klientům Jasně definovaný cíl a mise společnosti	<b>Slabé stránky</b> Méně zkušeností než konkurence Menší nabídka služeb Menší důvěryhodnost
<b>Příležitosti</b> Zvýšení investic do marketingu Rozšíření nabídky služeb Rozšíření týmu o talentované zaměstnance	<b>Hrozby</b> Poměrně vysoká a zkušená konkurence Nedostatek zaměstnanců

Tabulka 1 - SWOT analýza Branad

## **17 Konkurenční firmy**

### **17.1 eBRÁNA s.r.o.**

Firma eBRÁNA je na trhu od roku 2003. Má velmi širokou nabídku služeb zaměřenou na online marketing a tvorbu webů. Mimo jiné nabízí také řadu školení a konzultací. Společnost se může chlubit řadou certifikací a ocenění, které za dobu působení nasbírala. Její silnou stránkou je nepochybně dlouholetá zkušenost v oboru a spousta kvalifikovaných zaměstnanců. V prostředí online marketingu se jedná o silného hráče.

### **17.2 DF MARKETING, s.r.o.**

DF MARKETING je poměrně mladá společnost, založena roku 2017. Kromě marketingu nabízejí také například profesionální tvorbu videí a fotografování. Nemá sice tak rozsáhlou nabídku služeb jako eBRÁNA, zato se odlišují přístupem. Ke svým klientům jezdí pravidelně několikrát do měsíce a někdy i na celodenní jednání.

## 18 Srovnání webové prezentace konkurenčních firem

K hodnocení webových prezentací byl použit nástroj Pingdom a subjektivní názor.

Showing last 7 days

	NAME ^	TESTING FROM	MEDIAN LOAD TIME	PERFORMANCE GRADE	
<input type="checkbox"/>	Branad <a href="http://branad.michalbr...">http://branad.michalbr...</a>	Europe	450 ms	<b>B</b> 86	...
<input type="checkbox"/>	Dfmarketing <a href="https://www.dfmarketi...">https://www.dfmarketi...</a>	Europe	828 ms	<b>C</b> 74	...
<input type="checkbox"/>	Ebrana <a href="https://ebrana.cz/">https://ebrana.cz/</a>	Europe	2.15 s	<b>D</b> 67	...

Obrázek 18 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13]

### 18.1 Web DF MARKETING

Jedná se o poměrně jednoduchou prezentaci k představení nabízených služeb a oslovení zákazníků. Úvodní stránce dominuje firemní video prezentující zaměstnance při práci. Na první pohled nemusí být jasné, čím se firma zabývá. Jediným vodítkem je samotné logo.



Obrázek 19 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14]

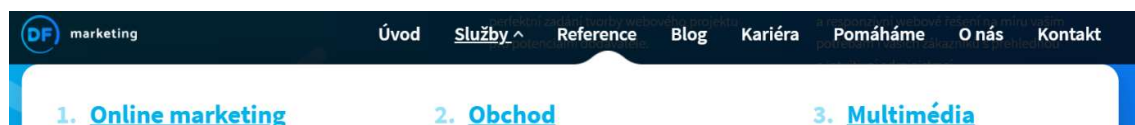
Uživatel musí sjet níže, aby se dozvěděl, co firma nabízí. Zároveň se na úvodí stránce nenachází žádné výrazné tlačítko vybízející k jednoznačné akci ze strany uživatele.

Web také trpí drobnými grafickými problémy. Při kliknutí na sekci „názory klientů“ na úvodní stránce se nadpis nepěkně přeškrtně.



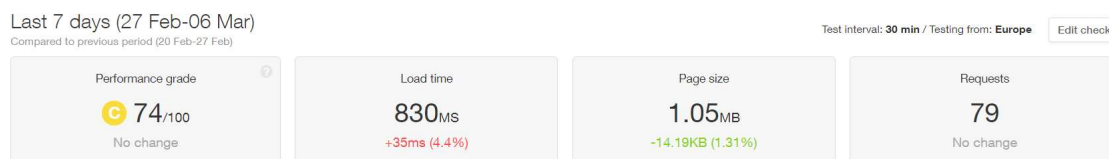
Obrázek 20 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14]

Zvláště taky působí hlavní menu. Při kliknutí na podmenu „Služby“ nabídka působí, jako by uživatel místo toho kliknul na odkaz „Reference“.



Obrázek 21 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14]

Menší rozsah webu ovšem pozitivně působí na jeho optimalizaci a dobu vykreslení. Celý web se načte pod jednu sekundu a celková velikost stránky je lehce přes jeden megabyte, což odpovídá velice dobře optimalizovanému webu.



Obrázek 22 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13]

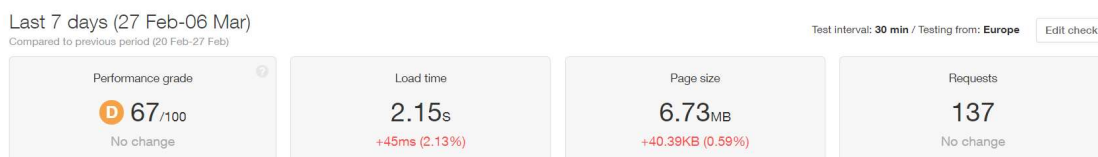
## 18.2 Web eBRÁNA

Firma má velice robustní web, který odpovídá široké nabídce služeb. Na první pohled je zřejmé, čím se eBRÁNA zabývá a stejně dobře vybízí k akci. Web je velice přehledný a jen těžko se na něm hledají nedostatky.



Obrázek 23 - Úvodní stránka eBRÁNA, Zdroj [15]

Nevýhodou rozsáhlého webu je přirozeně delší doba vykreslení. Čas přes dvě sekundy je oproti konkurenci o dost delší, ovšem stále se jedná o slušný výsledek s přihlédnutím i na pokročilé animace na úvodní stránce.



Obrázek 24 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13]

## 19 Závěr

Cílem projektu bylo vytvořit kompletní grafické portoflio firmy, pro prezentaci na internetu a v reálném světě s marketingovým přesahem. Vzniklo tedy firemní logo, grafický manuál, vizitky, desky, hlavičkový papír, firemní obálka, hlavičkový papír, propiska a polep auta. Dále byl vytvořen funkční responzivní web, profily na sociálních sítích a nad rámec zadání také půlminutové propagační video. Pro firmu byla vypracována SWOT analýza a zhodnotila se konkurence na trhu. Pokud by se jednalo o skutečnou začínající firmu, byla by skvěle připravena na prezentaci svých služeb a zápas s konkurencí o místo na trhu.

## 20 Citace

- [1] Adobe Photoshop. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop)
- [2] Adobe Illustrator. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Illustrator](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator)
- [3] Adobe InDesign. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_InDesign](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign)
- [4] Adobe Premiere Pro. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Premiere\\_Pro](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Premiere_Pro)
- [5] Adobe After Effects. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_After\\_Effects](https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects)
- [6] Wordpress [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/>
- [7] Sazební obrazec u publikace formátu A4 [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <http://www.dusanpolansky.cz/clanky/sazebni-obrazec.pdf>
- [8] Firemní styl. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Firemn%C3%AD\\_styl](https://cs.wikipedia.org/wiki/Firemn%C3%AD_styl)
- [9] Branad [online]. 2021 [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <http://branad.michalbrokes.cz/>
- [10] Facebook [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/BranadCZ>
- [11] Youtube [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=SEXOIKoNA0s>
- [12] SWOT. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>
- [13] Pingdom [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://www.pingdom.com/>
- [14] DF MARKETING [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://www.dfmarketing.cz/>
- [15] EBRÁNA [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://ebrana.cz/>



## 21 Seznam obrázků

Obrázek 1 - Logo Branad, Zdroj: vlastní .....	11
Obrázek 2 - Grafický manuál, Zdroj: vlastní .....	12
Obrázek 3 - Ukázka sazebního obrazce, Zdroj: vlastní.....	13
Obrázek 4 - Firemní vizitky, Zdroj: vlastní.....	14
Obrázek 5 - Firemní desky, Zdroj: vlastní .....	14
Obrázek 6 - Hlavičkový papír, Zdroj: vlastní .....	15
Obrázek 7 - Firemní obálka, Zdroj: vlastní .....	15
Obrázek 8 - Firemní poznámkový blok, Zdroj: vlastní.....	16
Obrázek 9 - Firemní propiska, Zdroj: vlastní.....	17
Obrázek 10 - Firemní polep auta, Zdroj: vlastní .....	17
Obrázek 11 - Úvodní strana webu, Zdroj: [9] .....	19
Obrázek 12 - Podstránka služeb, Zdroj: [9] .....	20
Obrázek 13 - Podstránka o firmě, Zdroj: [9].....	21
Obrázek 14 - Podstránka kontaktů, Zdroj: [9].....	22
Obrázek 15 - Stránka firmy na síti Facebook, Zdroj: [10].....	23
Obrázek 16 - Mockup firmy na síti LinkedIn, Zdroj: vlastní .....	24
Obrázek 17 - Snímek videa na Youtube, Zdroj: [11].....	25
Obrázek 18 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13] .....	28
Obrázek 19 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14].....	28
Obrázek 20 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14].....	29
Obrázek 21 - Úvodní stránka DF MARKETING, Zdroj: [14].....	29
Obrázek 22 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13] .....	29
Obrázek 23 - Úvodní stránka eBRÁNA, Zdroj [15] .....	30
Obrázek 24 - Výsledky měření na stránce Pingdom, Zdroj: [13] .....	30

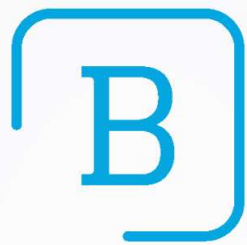
## 22 Seznam tabulek

Tabulka 1 - SWOT analýza Branad .....	26
---------------------------------------	----

## 23 Seznam příloh

Příloha 1 - Grafický manuál	
-----------------------------	--

## **Příloha 1: Grafický manuál**



# Branad

Grafický manuál značky  
Branad

# Obsah

---

## **A/ Značka Branad**

**A/01** Popis a konstrukce

**A/02** Barevnost

**A/03** Ochranná zóna a umístění

**A/04** Povolené varianty užití značky

**A/05** Použití na materiálech

**A/06** Nepovolené způsob užití

## **B/ písmo**

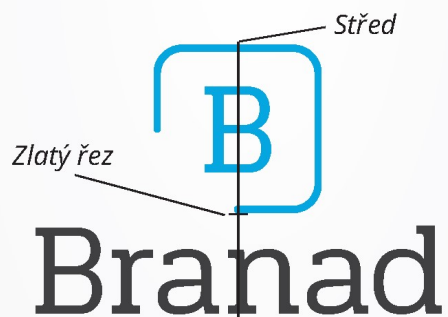
**B/01** Písmo v logotypu

**B/02** Abeceda

## A/ Značka Branad

### A/01 Popis a konstrukce

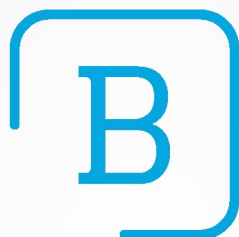
Logotyp Branad je tvořen ze dvou částí. První část je samotný název **Branad**, druhá část je symbol v podobě samotného písmene „**B**“, které je částečně ohraničeno čtvercem se zaoblenými rohy stejné barvy s „uřízlým“ levým, dolním rohem.



2020 / Grafický manuál Branad

## A/02 Barevnost

Pro účely tisku se používá barevná hodnota v prostoru CMYK.  
Pro účely zobrazení na obrazovce se používá barevná hodnota v prostoru RGB.



# Branad



CMYK: 70 / 15 / 0 / 0

RGB: 54 / 169 / 225

HEX: 36A9E1



CMYK: 0 / 0 / 0 / 90

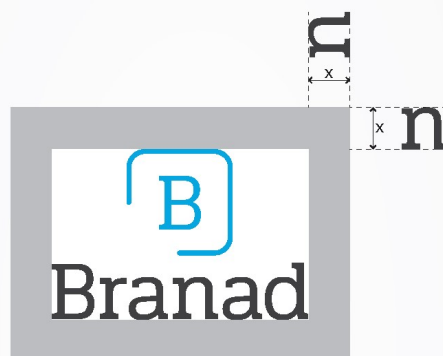
RGB: 60 / 60 / 59

HEX: 3C3C3B

### A/03 Ochranná zóna a umístění

Ochrannou zónou logotypu se rozumí okolní prostor, kam **nelze umísťovat texty a grafické prvky**.

Ochranná zóna také vyjadřuje minimální vzdálenost logotypu od konce strany nebo podkladu.



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

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



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

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

#### A/04 Povolené varianty užití značky

Logotyp musí být čitelný a rozpoznatelný při jakékoli povolené aplikaci. Aplikace logotypu na barevné pozadí se řídí pravidly pro zachování dostatečného kontrastu pozadí s logotypem.



### A/05 Použití na materiálech

Logotyp lze použít na různých materiálech, při zachování dostatečné čitelnosti a kontrastu.





#### A/06 Nepovolené způsoby užití

Následující příklady demonstrují, jak se logo nesmí používat. Logo nesmí být deformováno, otáčeno, přebarováno. Nesmí být použito jiné písmo



## B/ Písmo

### B/01 Písmo v logotypu

Primárním písmem je font Pridi, který je použit v logotypu Branad.

### Pridi Regular

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 sequat.

### Pridi Light

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

### Pridi Bold

**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 sequat.**

## **B/02 Abeceda**

Sekndární písmem je Noto Sans. Písmo je určeno především pro písemnou komunikaci.

### Noto Sans Regular

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 sequat.

### Noto Sans Italic

*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.*

### Noto Sans Bold

**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.**