

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Bakalářská práce

NÁVRH LOGA A ORIENTAČNÍHO SYSTÉMU

FITNESS CENTRA WORLD GYM

Dominika Horská

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

Bakalářská práce

NÁVRH LOGA A ORIENTAČNÍHO SYSTÉMU

FITNESS CENTRA WORLD GYM

Dominika Horská

Vedoucí práce: Doc. akad. mal. František Steker

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta umění a designu
Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Dominika HORSKÁ**
Osobní číslo: **D13B0061P**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Ilustrace a grafika, specializace Grafický design**
Název tématu: **Návrh loga a orientačního systému**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Minimální rozsah prací:

Počet: 2Ks (logo, orientační systém)

Formát: A4

Popis realizace: Vytvoření značky, obchodních tiskovin, návrh a vytvoření orientačního systému.

Výstup: Vizualní značka fitness centra World Gym společně s orientačním systémem ve formátu A4.

Průběžné plnění úkolů dle pokynů vedoucího práce (a příp. konzultanta, je-li stanoven) a pravidelné konzultace do termínu odevzdání práce 1x týdně v rámci semináře ke kvalifikační práci.

Postup realizace:

1) listopad Studium zdrojů a řešerše tématu, textem i obrazem, série skic, jejich rozpracování a promýšlení v souladu s technickými podmínkami úkolu a jeho realizace.

2) prosinec Předložení řady skic a variant řešení.

3) leden Varianty pracovní verze, volba nejvhodnější varianty, průběžná práce na praktické části závěrečné práce.

4) únor Předložení adekvátně rozpracované praktické části závěrečné práce, předložení rozpracované teoretické části závěrečné práce v souladu s doporučenou osnovou.

5) březen Realizace výsledného projektu, předložení pracovní verze kompletní teoretické práce.

6) duben Finalizace a odevzdání.(finalizace projektu, dokončení teoretické i praktické části práce, příprava prezentace, odevzdání obou částí práce pro udělení zápočtu).

Obhajoba:

červen obhajoba + prezentace kvalifikační práce na CD/DVD (v podobě pro tisk)


Rozsah grafických prací: **vyplyne ze zpracování BP**
Rozsah pracovní zprávy: **min. 10 normostran textu**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

UEBELE, Andrea. *Orientierungssysteme und Signaletik*. Schmidt Hermann Verlag, 2006. ISBN 3-87439-674-6., ISBN 978-3-87439-674-5.
Aktuální literatura doporučená vedoucím práce v průběhu vypracování bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **Doc. akad. mal. František Steker**
Katedra designu

Datum zadání bakalářské práce: **30. září 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**




Doc. akad. mal. Josef Mištera
osoba pověřená řízením fakulty

V Plzni dne 21. října 2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a řádně použila citace ze všech uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....

Podpis autora

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu své bakalářské práce panu doc. akad. mal. Františku Stekerovi. Děkuji za jeho čas, který mi věnoval a také za poskytnuté rady při odborné konzultaci.

Obsah

1	Úvod	1
2	Mé dosavadní dílo v kontextu specializace.....	2
2.1	Mé práce během studia	2
2.1.1	První ročník na vysoké škole	2
2.1.2	Druhý ročník na vysoké škole	3
2.1.3	Třetí ročník na vysoké škole	3
2.1.4	Shrnutí	4
3	Téma a důvod jeho volby.....	5
3.1	Historie fitness centra World Gym.....	5
4	Cíl práce	6
4.1	Série doplňkových prací ve spojitosti se značkou.	6
5	Proces přípravy	7
5.1	První postupy realizace.....	7
6	Proces tvorby.....	8
6.1	Tvorba loga.....	8
6.2	Tvorba orientačního systému.....	9
6.3	Tvorba doplňkových materiálů	10
7	Technologická specifikace	11
8	Popis díla	14
8.1	Logotyp	14
8.2	Orientační systém	15
8.2.1	Popis jednotlivých piktogramů	15
8.2.2	Textová část orientačního systému	16
8.3	Doplňkové materiály	16

9	Přínos práce pro daný obor.....	18
10	Silné stránky	19
11	Slabé stránky	20
12	Závěrečné shrnutí.....	21
13	Seznam použitých zdrojů	22
14	Resumé	24
15	Seznam příloh	25

1 Úvod

Za téma své bakalářské práce jsem zvolila tvorbu firemního loga. Hlavní tezí je samotné logo pražského fitness centra *World gym*¹ a orientační systém pro jeho prostory. V rámci práce tvořím i doplňkové materiály a jiné poklady. Jedná zejména o reklamní předměty, obchodní tiskoviny v podobě vizitek, členské permanentky, informativní karty či rozpis skupinových lekcí.

Stěžejním důvodem výběru tohoto tématu se stal fakt, že toto fitness centrum navštěvuji již od jeho vzniku. Díky tomu jsem obeznámena se stavbou, vybavením, samotným prostředím i každodenním chodem centra. Navíc díky seznámení se s majiteli a personálem jsem s nimi mohla po celou dobu konzultovat mé připomínky a návrhy na výše zmíněné téma. Za hlavní cíl tedy považuji kvalitně odvedenou práci, která by v budoucnu mohla vést k případné nabídce spolupráce.

Celkový design projektu by měl odrážet identitu samotného fitness centra i mou vlastní osobnost. Klienti by se měli v prostředí cítit příjemně, při aktivním odpočinku čerpat pozitivní energii a rádi se na toto místo vracet. Pod pojmem design si lze v současnosti představit leccos. Pro mne toto slovo nejvíce vystěhují slova Stevea Jobse: „ *Design není jen to, jak nějaká věc vypadá a jaký vzbuzuje pocit. Design je to, jak ta věc funguje.*“²

¹ <http://www.world-gym.cz/>

² LEANDER, Kahney. Jak myslí Steve Jobs. Brno: Computer press, 2009
ISBN 978-80-251-2361-4

2 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Má dosavadní studijní tvorba téměř vždy směřovala ke grafickému designu, který studuji již sedmým rokem. Obor grafického designu mě zaujal již při výběru střední školy, kde jsem studovala *Propagační výtvarnictví na Střední uměleckoprůmyslové škole v Praze*³. V odvětví samotného grafického designu jsem se nejčastěji zabývala a zabývám tvorbou logotypů, plakátů, navrhování firemních identit či piktogramů.

Z výše zmíněných oblastí grafického designu mne nejvíce zaujalo vytváření logotypů a plakátů. V mých grafických návrzích se snažím o jednoduchost, kterou považuji za jeden z nejdůležitějších aspektů grafické tvorby. Mým hlavním cílem, jakožto budoucí grafičky, je jednoduchost, která na první pohled upoutá a dále kombinovatelnost grafiky s jinými technikami. Používám například doplňující kresbu nebo fotografii, ale vždy záleží na oblasti, ve které tvořím.

2.1 Mé práce během studia

Moje první velká grafická práce odstartovala maturitní zkouškou, kde jsem pracovala s tématem „Golf v Čechách“. Na toto téma jsem zpracovala logotyp, plakát na fashion show přehlídku módního golfového oblečení a dále graficky zpracovanou knižní verzi základních golfových pravidel. K této práci jsem přiložila i mnoho reklamních předmětů jako je například reklamní golfový míček, propisky a jiné dárkové předměty.

2.1.1 První ročník na vysoké škole

Grafická tvorba v prvním ročníku na vysoké škole začala studiem linie, plochy, prostoru a bodu. Na toto téma jsem vytvořila plakát a leporelo, které bylo inspirováno lidskou postavou. Zachycovala jsem postavu v různých pohybech, které zobrazovaly výše zmíněný prostor, plochu a linii. Součástí tohoto tématu byl i návrh na šachové figurky a prostorový objekt.

³ <http://www.sups.cz/>

Ve druhém semestru prvního ročníku se má práce projevovat na návrzích plakátů pro slavnostní otevření nové budovy Západočeské univerzity. Při tvorbě těchto plakátů jsem byla inspirována tvorbou Ladislava Sutnara⁴ a do jednoho ze svých návrhů jsem, jako hlavní symbol, použila jednu ze Sutnarových Venuší. Pracovala jsem i s motivem domečků a stavebnic podle Ladislava Sutnara a poskládala je do tvaru nové budovy. Oba semestry byly doplněny několika semestrálními pracemi.

2.1.2 Druhý ročník na vysoké škole

Druhý ročník se nejprve odvíjel od práce na vlastní typografii, kde jsem se snažila vycházet z geometrických tvarů. Cílem bylo vytvořit autorskou typografii společně s numerologickými znaky a interpunkcí. Následným výsledkem byl typografický plakát zobrazující funkčnost typografie a veškeré znaky abecedy. V dalším semestru jsem pracovala s tématem, které každého z nás denně obklopuje, a to takzvaná éčka v potravinách. Při této práci bylo mým cílem poukázat a upozornit každého spotřebitele na složení v potravinách a dále na to, že se název produktu často neshoduje se svým obsahem. Například některé ovocné jogurty obsahují jen minimální procento ovocné složky. Touto prací jsem chtěla graficky přiblížit, že každý z nás by se měl více zajímat o složení výrobků, které denně kupujeme.

2.1.3 Třetí ročník na vysoké škole

Ve třetím ročníku zimního semestru jsem zpracovávala plakáty na téma Fenomén filmové kinematografie. Zde jsem vycházela z tématu film a moc, film a hrdina a v neposlední řadě film a vesmír. Při zpracování jsem se nechala inspirovat nějakým filmem, který dané téma vystihoval. Na téma film a moc jsem se motivovala filmem Kokain, který v tomto případě vystihuje “moc“ z hlediska drog a peněz. Druhé téma film a hrdina bylo zpracované podle legendárního detektiva Colomba, kde jsem použila jeho charakteristické znaky, jako je například doutník a jeho zamyšlený výraz. Poslední z plakátů na téma

⁴ Ladislav Sutnar narozen 1897 v Plzni. V meziválečném období byl výraznou osobností v oblasti produktového a grafického designu.

film a vesmír byl vypracován podle amerického filmu Gravitace, který získal několik Oscarů. Tento film byl v kinech promítán ve 3D formátu, proto jsem se snažila i plakát zobrazit s principem anaglyfu. Po vizuální stránce je možné vidět plakát v prostoru a to za pomoci 3D anaglyfch brýlí.

2.1.4 Shrnutí

Grafický design zahrnuje mnoho technik a neustále se vyvíjí. Jsem ráda, že jsem se některé z technik mohla během studia naučit a tak se zlepšovat ve svém vybraném oboru. Doufám, že se grafický design bude stále rozvíjet a já se tak budu moci učit nové techniky, styly a způsoby zpracování. Svě práci se vždy věnuji naplno a snažím se o nejlepší a nejkvalitnější výsledek. Snažím se učit ze svých chyb, rozvíjet své dosavadní schopnosti a získávat co nejvíce zkušeností v daném oboru.

Tím, že se vyvíjí grafický design, je stále více nových designerů a já chci jednou také patřit mezi ně.

3 Téma a důvod jeho volby

Jako téma bakalářské práce jsem si vybrala zpracování loga a orientačního systému pro fitness centrum World Gym. Vybrala jsem si práci pro toto fitness centrum, protože tyto prostory navštěvuji již od jejich vzniku v Praze. Byla jsem detailně seznámena s celkovým prostředím i se zaměstnanci a následně jsem se s vedením dohodla na spolupráci. Fitness centrum World Gym má krásné prostory, kterým však chybí dobrý orientační systém. Podle vlastního průzkumu jsem zjistila, že návštěvníci centra se v těchto prostorech při první návštěvě nevyznají. Proto jsem se rozhodla vytvořit lepší orientační systém a současně i nové logo pro fitness World Gym.

Komplex fitness center World Gym působí v různých státech po celém světě. V České republice je pouze jedno centrum a podle mých informací mají tyto fitness centra nejen v České republice stále přibývat.

3.1 Historie fitness centra World Gym

Fitness World Gym bylo založeno v roce 1976. První informace však pochází už o deset let dříve, kdy držitel čestných vyznamenání a ocenění z prestižních kulturistických soutěží Joe Gold založil svůj první fitness klub. Joe Gold je legenda americké kulturistiky a právě on jako jeden z prvních vytvořil koncept fitness klubu v USA. Chodily k němu cvičit známé legendy jako například Mike Katz⁵ nebo Arnold Schwarzenegger⁶, který pomohl vybudovat dnes úspěšný klub World Gym. Tento fitness klub se začal šířit s velkou oblibou po celém světě a dnes už je více než 300 fitness klubů v 16 státech světa. První český klub World Gym vyrostl na Slunečném vršku v Praze v roce 2013. Jedná se o unikátní klub, který spojuje sportovní aktivity s relaxací, nabízí i zázemí pro děti klientů a podobně. Toto centrum využívá nejmodernější posilovací stroje a svým klientům nabízí služby kvalifikovaných trenérů a instruktorů.

⁵ Mike Katz byl americký kulturista narozen v roce 1944

⁶ Arnold Shwarzenegger narozen 30. 7. 1947. Je jedním z nejúspěšnějších kulturistů historie. Je rakousko-americký sportovec, herec a republikánský politik.

4 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je vytvořit přehledný orientační systém, zobrazený za pomoci piktogramů. „*Piktogram je grafický znak, znázorňující sdělení obrazem*“⁷. Tyto piktogramy by měly splňovat funkčnost v prostorech fitness centra. Dále také logotyp, který bude nést identitu celé firmy a bude ji tak dobře reprezentovat. Měl by být jednoduchý a dobře zapamatovatelný. Logo by mělo vytvořit osobitou značku zobrazenou hravou a veselou formou, stejně jako orientační systém, který by měl zpříjemnit prostředí, ale zároveň plnit svou funkci. Snažila jsem se o logotyp, který na první pohled zaujme a vyjádří, že jde o fitness centrum. Mou snahou je vytvoření vizuálního stylu pomocí nového loga a lepší orientace pro každého návštěvníka v prostorách fitness centra World Gym.

4.1 Série doplňkových prací ve spojitosti se značkou.

Již od začátku práce jsem měla v plánu vytvořit několik dárkových předmětů, určených k propagaci centra World Gym. Předměty jsem volila především tak, aby byly vhodné k využívání ve sportovním prostředí, především v prostorách fitness centra. Například láhev na pití, ručníky, taška na boty, potítko, kšiltovka, obaly na telefon, rukavice obsahující malé závaží, ale také sportovní oblečení pro fitness trenéry a instruktory. Důvodem vytvoření všech doplňkových předmětů a materiálů byla marketingová myšlenka, aby se nová značka zobrazovala na všech předmětech a byla tak více zapamatovatelná. Všechny reklamní předměty, které jsem navrhla, byly nafoceny a následně byla vytvořena brožura, ve které jsou předměty k vidění⁸. Pracovala jsem také na návrhu rozpisu skupinových lekcí společně s jejich stručným popisem, které probíhají každý den. Vytvořila jsem i návrhy na informační leták, neboli kartu, kterou musí každý nový zákazník vyplnit před prvním vstupem do centra. Karta zároveň uvádí stručné podmínky a pravidla World Gym, které musí každý klient respektovat. Další doplňující materiály jsou v podobě vizitek, klientských permanentek a dalších reklamních předmětů.

⁷ *Kapesní slovník cizích slov*. Vyd. 1. Praha: Cesty, 2000, ISBN 80-718-1410-5.

⁸ Tento materiál je možné vidět v Příloze č. 7

5 Proces přípravy

První přípravy práce probíhaly podobně, jako každá má práce. Důležité pro mne bylo nejprve se seznámit s prostředím a vžít se do role klienta, který prostory fitness centra navštěvuje. Mou snahou bylo vnímat veškeré aspekty, které jsou důležité pro dobrý a funkční orientační systém. Soustředila jsem se na celkový prostor centra a vnímala tak každou jeho část.

5.1 První postupy realizace

Důležité je uvědomit si, co vlastně orientační systém je a proč ho centrum World Gym potřebuje vylepšit. V tomto případě je důležité pracovat již od samotného příchodu k centru. Při vstupu je jako první samozřejmě vidět recepce, ale není však jasné, kam dál má klient pokračovat, kde má například najít pánské a dámské šatny, kde je posilovna, skupinové sály a další. Snažila jsem se především využívat autorské piktogramy, které budou pro všechny návštěvníky pochopitelné. Piktogramy upozorňují na nejdůležitější místa fitnessu a přehledně navigují každého klienta.

Pracovala jsem nejen s obrazovými piktogramy, ale i s textovými doplňujícími informacemi, které tyto prostory vyžadují. Vyobrazení informačních cedulek nebo piktogramů musí být dobře viditelné, pochopitelné i pro děti a cizince, čitelné (pokud obsahují text) a přehledné. Převážně se vyskytují na zdech a dveřích v prostorách fitness centra, proto jsem při jejich vytváření volila i vhodnou barevnost. Celkové zobrazení je čisté a lineární.

Důležitý pro mne byl také jednotný osobitý styl. V celém procesu přípravy jsem si rozvrhla již výše zmíněnou barevnost orientačního systému. Například pro zobrazení orientačních piktogramů jsem z důvodu zelených zdí volila bílou barevnost. Všechny zdi v těchto prostorách jsou barevně vymalovány, proto jsem ladila celý orientační systém do bílé a šedé barvy. Pro logo jsem zvolila oranžovou a modrou barvu, protože tyto barvy mají z psychologického hlediska motivační funkci a jsou pro lidské oko pozitivní. Do této barevné kombinaci jsem tedy ladila i všechny doplňující předměty a materiály. Tyto barvy jsou vhodné i pro rozlišení dámských a pánských dárkových předmětů.

6 Proces tvorby

Myslím si, že je těžké vytvářet nové logo, pro firmu, která je už na trhu. V případě redesignu se většinou vychází z již existujícího loga, mění se barevnost, tvar a podobně. Původní logo tak dostává jiné kvality. V rámci mé bakalářské práce, jsem se snažila vytvořit nové logo, které nebude nijak spojováno se stávajícím logem.

Během tvorby pro mne bylo důležité, aby spolu jednotlivé části mé práce ladily a celá vizuální stránka každého oslovila. Z tohoto důvodu jsem se nejprve zabývala tvorbou logotypu. Díky hotové značce jsem mohla rozvíjet další práce, jako například orientační systém a doplňkový materiál, kde se konkrétní logo objevuje.

6.1 Tvorba loga

Fitness centrum World Gym má ve svém logu jako hlavní symbol zeměkouli. V mé práci jsem z toho loga nechtěla vůbec vycházet, a proto jsem vytvořila logo úplně nové. Nejprve jsem shromáždila veškeré důležité materiály a skici, které jsem průběžně zaznamenávala⁹. Pro logo jsem použila hlavní iniciály názvu "World Gym", tedy písmena W a G. Této myšlenky jsem se držela i v průběhu skicování a proto ve finální verzi loga jsou tyto dvě písmena propojena, spojena se zbytkem loga a pomyslně tvoří tvar činky. Naskicovanou značku jsem převedla do vektorové formy a začala jsem s prací na počítači. V průběhu celé realizace jsem prováděla takzvané tiskové kontroly, abych ověřila, jak fungují návrhy v malém i velkém měřítku a v různých odstínech barvy. Na papíře se jeví barevnost, velikost a celkový vzhled dané věci jinak, než na monitoru počítače. Tímto způsobem jsem ověřovala i piktoqramy, které jsou určené pro umístění na dveře a zdi v prostorách fitness centra.

Jako základní barevnost loga jsem volila výše uvedenou modrou a oranžovou. Logo může být vyobrazeno i v jiných barevných variantách,

⁹ Tento materiál je k vidění v Příloze č. 1

aniž by ztratilo na své kvalitě. Případná zvolená barva by však vždy záležela na druhu tiskovin, nebo potisknutelném materiálu. Logo v obou barevných variantách je možné vidět v příloze č. 2. Při volbě fontu jsem vyzkoušela mnoho variant. Podstatné je, aby byl vybraný font dobře čitelný a zajímavý. Proto jsem zvolila font *Comfortaa*. Jedná se o bezserifový, zaoblený, geometricky konstrukční typ písma, jejímž autorem je Johan Aakerlund. S vybraným fontem jsem pracovala i v následujících částech práce. Znamý německý typograf, designer, učitel a spisovatel Jan Tschichold řekl: „Perfect typography is certainly the most elusive of all arts. Sculpture in stone alone comes near it in obstinacy“.¹⁰ Tento, podle mého názoru pravdivý citát v českém překladu zní: „Perfektní typografie je určitě nejvíc nepolapitelným uměním. Samotná socha v kameni je vedle ní zatvrzelost“.

6.2 Tvorba orientačního systému

Při tvorbě jednotlivých prvků pro orientační systém jsem nejprve zjišťovala, která místa v prostorách World Gym potřebují své směrovky, informační nápisy a piktogramy. Při tvorbě jsem se snažila vycházet ze stejného vizuálního stylu, jako u logotypu. Pracovala jsem tedy s jemnou lineární formou.

Volba piktogramů byla jednoznačná například pro označení šaten, sprch, sálů a sauny. Piktogramy jsou podle mého názoru srozumitelné pro každého návštěvníka, včetně cizinců a dětí. Mým záměrem bylo také označit dámské a pánské šatny veselejší formou, nejen klasickým panáčkem a panenkou. Další piktogramy například pro zobrazení posilovny, tanečního sálu nebo spinningového sálu vychází z daného používaného nářadí nebo vykonávané činnosti v určeném prostoru. Jak už bylo výše uvedeno, v procesu přípravy bylo nutno hledět i na barevnost. Proto jsem volila barvy, které budou výrazné a na první pohled viditelné. Protože jsou prostory fitness centra barevně vymalovány, piktogramy jsou bílé barvy. Všechny piktogramy zvolené pro použití v prostorách fitness centra je možné vidět v Příloze č. 3.

¹⁰ <http://quotesondesign.com/jan-tschichold/>

Textovým popisem jsou označeny místnosti, které jsou navštěvovány pouze individuálně, nebo po domluvě (například místnost trenéra, místnost pro analýzu těla, místnost pro individuální tréninky a podobně). Textově jsou zpracovány i doplňující informace, které klienty upozorňují, například se jedná o popisky typu: “Za odložené věci neručíme“, “Před vstupem do bazénu a sauny se prosím důkladně osprchujte“.

Celkový orientační systém je podle mého názoru osobitý, ale při tom jednoduchou formou zobrazený. Piktogramy rozzáří celkové prostory ve World Gym, jedná se o doplňující veselé prvky na zdech a dveřích, které krásně vyplní holé a obyčejné zdi. Pro vhodné prezentování mého orientačního systému, jsem nafotila celkové prostory fitness centra, do kterých jsem situovala vytvořené piktogramy a doplňující textové části. Z veškerých fotografií jsem vytvořila brožuru, která je vhodná pro prezentování fitness centra (viz. Příloha č. 8).

6.3 Tvorba doplňkových materiálů

Tvorba doplňkových materiálů v podobě vizitek (viz. Příloha č. 4), dárkových a reklamních předmětů, rozpis lekcí společně s jejich popisem, klientské permanentky (viz. Příloha č. 4), informativní karty (viz. Příloha č. 5) a další, vše jsem ladila k celému vizuálnímu stylu značky. Na všech reklamních předmětech je zobrazeno logo v modré nebo oranžové barevnosti. Dárkové předměty jsou zvolené tak, aby je klienti mohli používat při navštěvování fitness centra.

Jedná se například o sportovní láhev na pití, tašku na obuv či oblečení, sportovní zátěžové rukavice pro ženy, které se mohou využít téměř při každém tréninku. Dále ručníky, které klienti využívají nejen v posilovně, ale také v relaxační zóně u bazénu. Podrobný výčet reklamních předmětů je uveden v kapitole číslo 8.5 Doplňkové materiály. Snažila jsem se většinu reklamních předmětů vyhotovit v předstihu, abych je mohla následně vyfotografovat a přiložit do své práce.

7 Technologická specifikace

Řešení jednotlivých částí mé práce jsou různorodá. Využila jsem mnoho dostupných technik, které dnešní doba nabízí. Například pro potisk textilních materiálů jsem použila techniku nažehlených řezaných fólií. Tato technika je vhodná i pro malé série od jednoho kusu, proto jsem ji zvolila. Nažehlovací fólie jsou v pestré barevné škále, jsou odolné vůči UV záření a pro potisk textilií praktické. Touto technikou jsem mohla vyřešit prezentování loga například na sportovní tašce, obalech na telefon a podobně. Pro froté materiály je nejvhodnější technika strojní výšivky. Výšivka kvalitně prezentuje logo například na ručníku, potítku, kšiltovce nebo klasických textilních tričkách. Tento proces je velmi zdoluhavý, protože základem je vyšívací forma, která se vyrábí z dobře vytvořené předlohy loga. Písmo na froté materiálech musí být minimálně 5 mm velké z důvodu možného slití jednotlivých znaků. Poté co byla předloha schválena vyšívací firmou, mohla jsem vybrat vyšívací nitě podle *Pantone* vzorníku. Po dlouhém hledání jsem vybrala firmu AMT výšivka spol. s.r.o.¹¹

Další využitou technikou je řezaná grafika. Jedná se o samolepící fólie, které nabízejí výběr z mnoha materiálů s různou trvanlivostí. Samolepící fólií je zobrazeno logo například na sportovní láhvi. Celý proces probíhá na plotteru, který dokáže detailně vyříznout každou linii loga. Technikou řezané grafiky by bylo možné řešit i celý orientační systém. Proto jsem nechala vyříznout ukázky některých piktogramů v reálné velikosti. Tyto ukázky přikládám v brožuře, o které jsem se již výše zmiňovala. Tyto fólie jsou odolné otěru a dobře drží i na nerovných materiálech, jako je například zeď. Technické řešení vyžadoval i návrh rozpisu a popisu skupinových lekcí. Pro zpracování tohoto návrhu jsem nechtěla volit klasickou metodu, která je ve World Gym doposud využívána. Jde o korkovou nástěnku, na které jsou přichyceny papíry s vytištěnými rozpisy lekcí (viz. Příloha č. 9). Volila jsem více funkční a praktické řešení. Jelikož rozpis lekcí se neustále mění, vytvořila jsem ho na magnetické funkci. Základem je tedy magnetické tabule, na které jsou statické – pevně dané dny, časy a místnosti. Tyto neměnlivé části jsou technicky zpracované

¹¹ <http://www.amtvysivka.cz/>

lepící fólií. Další částí na magnetické tabuli jsou jednotlivé lekce. Lekce se téměř každý měsíc mění, mým záměrem tedy bylo vytvořit snadno vyměnitelné prvky. Vytvořila jsem jakési magnetky, které jsou tvořeny ze dvou fólií. Spodní fólie je magnetická, vrchní fólie je samolepící s vytištěnými názvy jednotlivých lekcí. Magnetky je možné na tabuli snadno aplikovat a manipulace s nimi je nenáročná. Myslím si, že toto řešení je praktické a ekonomicky vhodnější, protože lze pouze přesunout jednotlivou magnetku a nemusí se každý měsíc měnit a tisknout nový rozpis. Na magnetické tabuli je staticky zobrazen i popis jednotlivých skupinových lekcí. Tato tabule je ve formátu 78x37 cm. Tento formát je zvolen tak, aby byl dobře zasažen do prostoru fitness centra. Tabule je dobře viditelná při vstupu do fitness centra. Zrealizovanou tabuli je možno vidět v Příloze č. 9.

Jako poslední a velmi důležitou techniku jsem ve své práci použila digitální tisk. S touto technikou jsem pracovala v průběhu celé práce, například při tiskových kontrolách pro ověřování barevnosti, velikosti a podobně. Digitální tisk jsem použila pro všechny přiložené tiskoviny. Jedná se o vizitku, informativní kartu - leták nazvaný *Interest profile* a další. Tato technologie je z ekonomického hlediska velmi výhodná, zaručuje kvalitní tisk a není finančně náročná. Digitálním tiskem jsem řešila i vytvořené brožury, které jsou svázané kroužkovou vazbou. Pro veškeré své tisky jsem si vybrala firmu Plasticolor¹², se kterou mám již velmi dobré zkušenosti a vím, že jejich tisk je opravdu kvalitní.

Protože ke své práci přikládám pouze vzorky jednotlivých reklamních předmětů, volila jsem výše zmíněné techniky. Kdyby se jednalo o mnoho nákladovou výrobu, zvolila bych například pro potisk sportovních lahví tampónový tisk. Tento tiskový proces je nejvhodnější pro přenos 2D obrazu na 3D objekt. Tampónový tisk má své kořeny v hodinářském a keramickém průmyslu. Pro potisk 3D reklamních předmětů je využíváný po celém světě. Dále bych pro množstevní potisk textilu a polyesterových látek, v mém případě se jedná o deštník, volila sublimační tisk. Tento princip spočívá v procesu, při kterém se do vláken polyesteru dostává barva a to za pomoci tepelně

¹² <http://www.plasticolor.cz/>

chemického zpracování. Sublimační tisk je výhodný, protože je velmi odolný a dokáže zobrazit ostré linie a hrany. Nevýhodou však je, jeho finanční náročnost a složitý výrobní proces.

8 Popis díla

Výsledkem bakalářské práce jsou jednotlivé části na sebe navazující. Hlavní částí je logotyp, který je tvořen z různých komponentů, které dohromady tvoří kompletní značku. Další částí celé práce bylo vytvoření vhodného orientačního systému pro prostory fitness centra World Gym. K celé práci přikládám doplňující tiskoviny a dárkové předměty. Celý vizuální styl své práce jsem ladila do atraktivního, jednoduchého a moderního designu zvaný Flat outline design, což v českém překladu znamená plochá obrysová linka. Jde o styl zpracování, který je tvořený tenkou obrysovou linkou. Tento design je v dnešní době velmi populární, používá se například pro grafické zobrazení ikon v chytrých telefonech. Zobrazení je čisté a funguje v různém měřítku, je vhodný nejen pro malé ikony na displeji telefonu, ale i pro zobrazení ve větším měřítku například na zdech. Touto technikou jsem zpracovala všechny piktogramy, které jsou k vidění v Příloze č. 3.

Designer 20. Století Leo Burnett kdysi řekl větu: „Make it simple. Make it memorable. Make it inviting to look at. Make it fun to read“¹³, která v českém překladu znamená: „Vytvoř to jednoduché. Vytvoř to nezapomenutelné. Vytvoř to lákavé na pohled. Vytvoř zábavné čtení“. Myslím, že toto motto je perfektní a snažila jsem se, jím po celou dobu své práce řídit.

8.1 Logotyp

Logotyp vychází z názvu fitness centra World Gym. Je vytvořen z počátečních písmen, tedy W a G, která jsou spolu propojena linkami. Celé logo připomíná činku, tedy typický posilovací nástroj pro fitness centra. Logo je lineární, písmena W a G tvoří pomyslné závaží činky a celá tato obrazová část loga je doplněna názvem firmy. Název firmy World Gym je situován na středovou část z důvodu vyváženosti a celkové harmonii. Pro název byl použit font Comfortaa. Pro značku jsem použila dvě základní přímé barvy. Výchozí barvu jsem zvolila modrou - v hodnotě Pantone 2925C. Doplňující oranžová barva nese hodnoty Pantone 716C, která se používá

¹³ <http://quotesondesign.com/leo-burnett-2/>

v případech, kdy nelze použít barva modrá, například reklamní předměty s tmavým podkladem. Tyto barvy jsem použila i pro zpracování vizitek, rozpisu a ostatních přiložených tiskovin.

8.2 Orientační systém

V návaznosti na vytvořené logo směřovala práce k orientačnímu systému. Chtěla jsem už od začátku pracovat s autorskými piktogramy, nejprve jsem si tedy musela uvědomit na jaké dveře a zdi v prostorách World Gym se piktogramy hodí a na jaké části je vhodnější textové upozornění. Orientační systém jsem se snažila udělat hravější formou, kterou pochopí i děti, cizinci a všichni uživatelé fitness centra. Důležité také bylo odlišit piktogramy barevně z důvodu barevných zdí a dveří, které prostory nabízejí.

8.2.1 Popis jednotlivých piktogramů

Zajímavější formou pro rozlišení dámských a pánských šaten jsem vytvořila piktogramy, na kterých je zobrazeno ramínko a pověšené spodní prádlo daného pohlaví. Chtěla jsem takto veseleji zobrazit převlékací místnosti, proto jsem piktogramy neodlišovala klasickým panáčkem a panenkou.

Piktogramy pro jednotlivé sály vycházejí z charakteristického náčiní nebo činnosti. Například sál spinningových lekcí je zobrazen stylizovaným spinningovým kolem. Trainingový sál jsem zobrazila pomocí boxovacích rukavic, protože v tomto sále jsou především bojové lekce, jako je například kickbox. Piktogram srdíčka je vytvořen pro kardio sál, protože v tomto sále probíhá dechové a kardiologické cvičení. Taneční sál jsem nejprve řešila piktogramem postavy v pohybu, ale vzhledem k tomu, že jsem jako výrazový prvek postavy nepoužila ani pro zobrazení šaten zvolila jsem nakonec piktogram noty. Nota zobrazuje hudbu, která je neodmyslitelnou součástí každé taneční lekce v tomto sále. Pro dětský koutek jsem zvolila jako výrazový prvek balóněk srozumitelný pro děti i dospělé. Piktogram posilovací činky je samozřejmě zvolen pro samotnou posilovnu. Největší starostí pro mne bylo zobrazení piktogramu sauny. Základem jsou tedy stylizované horké kameny, ze kterých vychází pára. Zkoušela jsem i zobrazit charakteristické náčiní

využívání v prostorách sauny jako je například mycí a masážní rukavice nebo masážní kartáč. Srozumitelnější bylo zobrazení horkých kamenů.

Veškeré piktogramy jsou řešeny v bílé a šedé barevnosti, která má hodnoty 70% stupňů šedi.

8.2.2 Textová část orientačního systému

Pro zobrazení místností, které nejsou tak často klienty navštěvované, pouze individuálně jsem nepoužila piktogramy, ale textové zobrazení. Použila jsem opět bezserifový font Comfontaa. Jedná se například o místnost pro individuální trénink, kancelář trenéra, místnost, ve které probíhá analýza těla a východ. Informace pro návštěvníky („Za odložené věci neručíme“, „Před vstupem do bazénu a sauny se prosím důkladně osprchujte“) jsou opět řešeny textovým zobrazením. Tyto informace jsem zpracovala pomocí lepící fólie. Myslím, že toto zpracování je vhodnější a vkusnější, než jaké je doposud. Pro porovnání jsem přiložila fotografie s vylepeným informačním papírem ve World Gym a mým návrhem, viz Příloha č. 10. Řešení označení skříněk v šatnách je také součástí orientačního systému. Čísla jsou situována u zámku ve střední části skříněk. Jsou čitelné a výrazné i z větší dálky. Všechny části orientačního systému jsou dokumentovány ve vytvořené brožuře.

8.3 Doplnkové materiály

Obchodní tiskoviny a dárkové předměty jsou tvořeny vždy s návazností na vytvořené logo. Jedná se o sérii doprovodných materiálů, které by podle mého názoru mělo mít každé dobře fungující fitness centrum.

Mezi doplňující obchodní tiskoviny patří vizitka, která je graficky zpracovaná tak, aby splňovala svou informativní funkci. Vizitky je možné vyhotovit ve dvou formátech, v mém případě jsem zvolila formát 90 x 50 mm, který je standardnější. Další tiskovinou je informativní karta, kterou vyplňují klienti při vstupu do centra. Pro vytvoření karty jsem zvolila formát 105 x 148 mm, který je skladný a praktický pro zakládání. Dále je zpracován návrh na permanentku klubového členství. Ta je zpracována ve stejném formátu, jako jsou zpracovány platební karty, tedy 85 x 54 mm. Pro všechny

tiskové práce jsem opět volila výše zmíněné barvy – modrá a oranžová. Myslím si, že barvy k sobě ladí a vše je tak sjednocené do této barevné kombinace. Z psychologického hlediska modrá barva symbolizuje povinnost a úspěch, oranžová barva je symbolem optimismu, pomáhá proti depresím a vzbuzuje chuť ke sportu.

Dárkové předměty v podobě tašek na obuv či oblečení jsou velmi praktické, protože jsou skladné a vhodné pro každého uživatele fitness centra. Tašky jsou vyrobené z prodyšného materiálu a je na nich zobrazená značka. Dárkovým předmětem je například i obal na telefon, který je barevně rozlišen pro muže a ženy. Dále ručníky, které jsou samozřejmě z froté materiálu, tudíž praktické nejen do posilovny, ale také do relaxační zóny a sprch. Plastové láhve na pití se hodí ke cvičení, a jsou neodmyslitelnou částí při každém sportovním tréninku. Láhve jsou tvořené speciálně pro sportovce, díky svému tvaru jsou perfektní k držení a rychlému doplnění tekutin. Dalšími dárkovými předměty jsou: dámské rukavice se závažím, nátepníky¹⁴, přívěsek na klíče, deštník, potítko, kšiltovka a ponožky. Fitness centrum poskytuje firemní oblečení pro své zaměstnance, konkrétně pro trenéry a instruktory. Příkladám dámské a pánské sportovní triko a legíny pro instruktorky.

Všechny dárkové předměty jsou vytvořené za účelem propagace firmy. Klienti je mohou používat nejen v prostorách World Gym, ale i jinde. S lehkou nadsázkou je možné říci, že jde o tzv. chodící reklamu pro toto fitness centrum. Všechny dárkové předměty jsou zobrazeny i v Příloze č. 6.

¹⁴ Nátepník je malá kapsička, která se navlékne na zápěstí. Je vhodná například pro uschování drobných předmětů, například klíčku od skřínky.

9 Přínos práce pro daný obor

Tato bakalářská práce měla velký přínos pro mne samotnou, hlavně v oblasti grafického designu. Díky dostatku času jsem měla možnost uvědomit si, jak by měl výsledný výstup vypadat. Nejsem si však jistá jestli má práce nese nějaký přínos celému oboru, ale pro mne zaručeně nese. Myslím si, že mne posunula dále a otevřela mi mnoho možností pro další práce.

Celkovým přínosem je ale fakt, že vzniklo nové logo, které dokáže nést celou identitu firmy a svou jednoduchou formou se podle mého názoru vžije do podvědomí lidí, kteří logotyp uvidí. Má práce byla pravděpodobně přínosem pro firmu World Gym, která tak mohla vidět u mé práce rozmanitost grafických materiálů, které by mohli využívat a poskytovat. Dalo by se říci, že společnost World Gym získala orientační systém vytvořen přímo pro její prostory. Další výhodou a přínosem je nově vytvořená identita firmy, která nedávno přišla na český trh. Navrhovaný orientační systém by mohl zpříjemnit návštěvu svým klientům. Na závěr bych chtěla zdůraznit, že kvalitní logotyp a orientační systém se pozná až za chodu firmy. Záleží na klientech, pro které je především systém vytvořen, zda orientačnímu systému porozumí. Z tohoto důvodu jsem se snažila ověřit, zda mé návrhy jsou dobře pochopitelné pro návštěvníky fitness center. Navštívila jsem i konkurenční centra, kde jsem pomocí krátkého dotazníku, s ukázkou tří piktogramů zjišťovala, zda by lidé bez jakéhokoliv vysvětlení pochopily, o jakou místnost se jedná. Dotazník nabízí výčet možností, respondenti měli za úkol pouze vybrat jednu z možností. Dotazník je uveden v Příloze č. 11. Dotazník byl předán 30 respondentům a podle zjištěných výsledků se prokázalo, že 97 % respondentů (29 lidí) návrhy mých piktogramů pochopily.

10 Silné stránky

Myslím si, že pro mnoho lidí je těžké zhodnotit svou práci, leda až s odstupem nějakého času. Když se tak zamyslím, nad silnými stránkami mé bakalářské práce, trůfám si říci, že se jedná o schopnost, funkčnost značky a orientačního systému. Při celé tvorbě jsem se soustředila na jednoduchost, ale i kvalitu výsledné práce. Velký důraz jsem kladla na čistotu zpracování a osobitost. Podle mého názoru, vznikl čistý design, který je vhodný nést identitu firmy. Jedná se tedy o dílo, které je určeno k praktickému využití.

Další výhodou pro mne samotnou bylo velké množství skicového materiálu, který jsem nastřádala ve svém bloku za celý průběh práce. To mi dalo možnost širokého výběru. Další výhodou a silnou stránkou pro mou práci, byla perfektní komunikace s personálem fitness centra World Gym a nebyl pro ně žádný problém poskytnout mi jejich veškeré dostupné materiály, nafotit si jejich prostory a pohybovat se v jejich zázemí. Za to jsem velmi vděčná.

Další výhodou je široká škála a pestrost reklamních předmětů, které jsou k mé práci přiložené. Také návrh magnetické tabule, není pouze naskicovaný, ale je zrealizovaný, včetně všech magnetek s přesným popisem. Realizace byla složitá, ale myslím si, že je neodmyslitelnou součástí celého mého návrhu.

11 Slabé stránky

Nejslabší částí celé mé práce byla realizace všech dárkových předmětů. Nikdy jsem neřešila otázky typu, jak aplikovat logo na ručník, kšiltovku, deštník, láhev a podobně. Tento složitý proces jsem si mohla vyzkoušet a zjistila jsem, že je velmi zdlouhavý a drahý. Těžké bylo také najít správnou firmu, která by mi umožnila potisk nebo vyšití na jeden nebo dva kusy, protože velká většina těchto firem nabízí pouze služby na velké zakázky. Stejný problém nastal i při objednávání sportovních doplňků, protože většina firem nabízí odběr více kusů a pokud nabízí možnost odběru jen jednoho kusu, je to za vysoký poplatek.

Veškerá tato realizace pro mne byla finančně náročná, ale myslím si, že přinesla dobré výsledky. Mohla jsem si najít i jinou alternativu levnějších předmětů (například propisky, samolepky atd.), ale podle mého názoru ručník, láhev, sportovní oblečení a podobně jsou neodmyslitelnou součástí veškerého fitness a k mé bakalářské práci patří. Z tohoto důvodu jsem se pustila do tohoto složitého procesu.

Další slabou stránkou je, že pokud by se fitness centrum rozhodlo využít mé návrhy a realizovat reklamní předměty, nebylo by již možné změnit logo firmy. Protože jde o firmu, která funguje v různých zemích na celém světě, muselo by se logo změnit ve všech zemích. Následně by se musely předělat reklamní předměty a ostatní části mé práce, které obsahují návrh mého loga. Doufám, že i přes uvedené slabé stránky, se fitness centrum World Gym rozhodne použít některé navržené předměty.

12 Závěrečné shrnutí

Orientační systém a logo využívají v dnešní době téměř všechny společnosti. Myslím si, že když se každý z nás rozhlédne kolem sebe, zjistí, že denně používá předměty, na kterých je logo firmy, případně výrobce. Jde nejen o elektronické spotřebiče, například televizory, lednice, počítače, mobilní telefony, ale také každodenně používané věci, například zubní kartáčky, kosmetika, oblečení a podobně. Je zřejmé, že dnešní trh je rozmanitý a nabízí velké množství předmětů, ale také služeb. Každý den nás obklopuje nemalé množství značek, které se nám dostávají do podvědomí. Tím jsem chtěla říci, že logo je velmi důležité nejen pro obchody, restaurace, ale také fitness centra, která se v poslední době rapidně rozrůstají. Například při zmínce konkurenčního centra BBC fitness, si většina z nás představí růžový nápis těchto třech písmen. Je ověřené, že reklamy a dobře zapamatovatelné značky jsou klienty často vyhledávány. Proto jsem i já ve svém návrhu loga využila počátečních písmen fitness centra, aby bylo logo dobře zapamatovatelné. Logo není nijak komplikované, jedná se pouze o lineární formu, která podle mého názoru vhodně prezentuje firmu a na první pohled zaujme. Celá práce tedy vychází z lineární kompozice, jednoduchých tvarů a stylizace.

Značka a orientační systém k sobě ladí a působí vyváženě. Jemné linie a stylizace tvarů jsou čitelné, rozpoznatelné a vhodné pro dané prostory. Zpracování celé této práce pro mne bylo přínosem, nejen z hlediska získání zkušeností, ale zjistila jsem jak důležitá je prezentace firmy. Jde například o propagaci nejen reklamními předměty, obchodními tiskovinami, ale i spokojenými klienty, kteří se budou rádi vracet do příjemného prostředí. Každé zpracování vyžaduje jistý řád a osobitost. Myslím, že celé toto tvrzení vyjadřuje i citát Ladislava Sutnara „*Vizuální jazyk forem by měl být využíván pouze jako prostředek k vyjádření funkce*“¹⁵

Obor grafický design nabízí mnoho tvůrčích možností, proto jsem velmi ráda, že jsem si tento obor už před sedmi lety zvolila. Grafický design je pro mne součástí života a také smysluplnou činností.

¹⁵ <http://www.vzhurudolu.cz/data/archiv/2005-2008/www.vzhurudolu.cz/60/co-je-design-moje-oblibene-citaty.html>

13 Seznam použitých zdrojů

a) Knižní a periodická literatura

1. AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Grafický design, desénové myšlení*. Brno: Computer press, 2011. ISBN 978-80-251-29685
2. AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Layout*. Brno: Computer press, 2009. ISBN 978-80-251-2165-8
3. BAUER, Alois. *Grafika*. Olomouc: Rubico, 1999. ISBN 80-85839-34-2
4. DABNER, David. *Grafický design v praxi*. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8
5. DVOŘÁKOVÁ, Zdenka. *DTP a předtisková příprava, kompletní průvodce od grafického návrhu po profesionální tisk*. Brno: Computer press, 2008. ISBN 978-80-251-1881-8
6. HASHIMOTO, Alan. *Velká kniha digitální grafiky a designu*. Praha: Computer press, 2008. ISBN 978-80-251-2166-5
7. HEALEY, Matthew. *Design loga*. Brno: Computer press, 2011. ISBN 978-80-251-3608-9
8. *Kapesní slovník cizích slov*. Vyd. 1. Praha: Cesty, 2000, ISBN 80-718-1410-5.
9. KAPLANOVÁ, Marie. *Moderní polygrafie*. Praha: Svaz polygrafických podnikatelů, 2009. ISBN 978-80-254-4230-2

10. KREJČA, Aleš. *Grafika*. Praha: Aventinum, 2010
ISBN 978-80-7442-003-0
11. LEANDER, Kahney. *Jak myslí Steve Jobs*. Brno: Computer press,
2009. ISBN 978-80-251-2361-4
12. SAMARA, Timothy. *Grafický design, základní pravidla a způsoby
jejich porušování*. Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3
13. UEBELE, Andrea. *Orientierungssysteme und Signaletik. Schmidt
Hermann*. Verlag: 2006.
ISBN 3-87439-674-6, ISBN 978-3-87439-674-5

b) Internetové zdroje

1. Dostupné z: <http://www.world-gym.cz/>
2. Dostupné z: <http://www.plasticolor.cz/>
3. Dostupné z: <http://www.typo.cz/>
4. Dostupné z: <http://www.bosstimer.cz/>
5. Dostupné z: <http://www.vzhurudolu.cz/data/archiv/2005-2008/www.vzhurudolu.cz/60/co-je-design-moje-oblibene-citaty.html>
6. Dostupné z: <http://quotesondesign.com/>

14 Resumé

The topic of my bachelor thesis is *Logo design and design of orientation system*. All of my work is designed for fitness center World Gym. The main reason why I chosen this topic, was that I know all areas of the fitness center because I have started to visit this center since their opening. It was the best way to do the orietation system, for me. Logo and orientation system takes all visual identity of fitness center World Gym. Logo is easy for remembering and it has to attract attention. Orientation system is based on linear design, name of this special styling is „flat outline design“. For all of my projects I used the same visual styling. Logo design is formed from beginning main letters of whole name fitness center. It means letters W and G. This letters are coupled together. The whole logo should remind the dumbbell for the first look. I chosen the dumbbell because it is the characteristic subject for gym. Logo is created by linear elements. Orientation system is created with pictograms - characteristic icons. Pictograms are situated on the doors and walls in the areas World Gym. Each parts of the orientation system are characteristic icons, they mostly based from activity which is performed in the particular room. For example the pictogram for dancing hall is the note, because the note is character for dance and music. Pictograms are filling all areas of the fitness centre. Stylisation, efect of thin linear is readable for all clients, including kids and foreigners.

The bachelor thesis also deals with promotional objects which i made. For example: a bottle, t-shirts, cases for a phone, an umbrella, a bag for clothes or shoes and more. Components of this work are also additional materials (business printed material). I did, for example, design of business card, design of season ticket for visitors and informative card. I also did a schedule with description of grouped lessons. This design is really functional, because it was made from magnetic board and magnets, where are marked individual lessons. The goal of this bachelor thesis was creat the visual identity, which should have a nice graphic design and everything should have a practical use. I think, that I completed all of my goals and I am satisfied with my work. Particular parts of my work are created in the same styling and they are presenting character of all company.

15 Seznam příloh

Příloha č. 1. Průběžné skici a návrhy

Příloha č. 2. Logotyp

Příloha č. 3. Piktogramy

Příloha č. 4. Vizitky, permanentka klubového členství

Příloha č. 5. Informativní karta

Příloha č. 6. Reklamní předměty

Příloha č. 7. Brožura dárkových předmětů

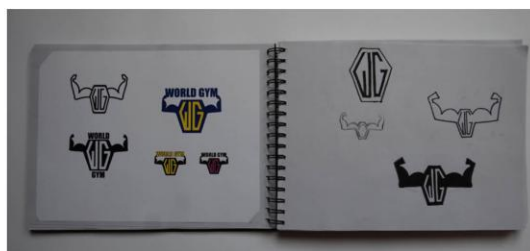
Příloha č. 8. Brožura prezentující orientační systém

Příloha č. 9. Rozpis a popis skupinových lekcí (magnetická tabule)

Příloha č. 10. Řešení zobrazení důležitého sdělení v prostorách šaten

Příloha č. 11. Dotazník

Příloha č. 1. Průběžné skici a návrhy



Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 2. Logotyp

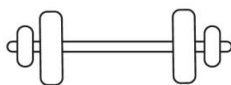
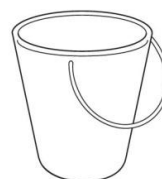
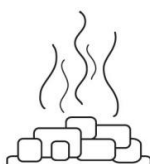
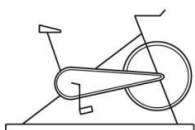


Pokračování přílohy č. 2. Logotyp



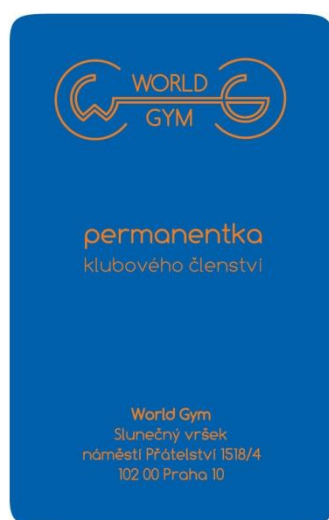
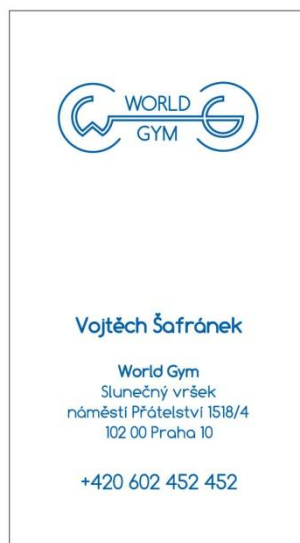
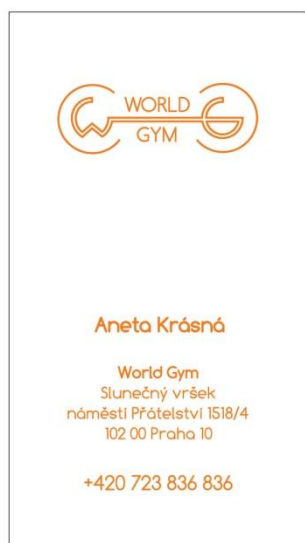
Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 3. Piktogramy



Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 4. Vizitky, permanentka klubového členství



Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 5. Informativní karta



WORLD GYM

vyplňte hůlkovým písmem / Use capital letters

jméno / name: _____

telefon / phone: _____

email: _____

věk / age: 16-20 20-30 30-40 40-55 55+

• cvičíte nebo sportujete?
do you do sports?

ano, pravidelně
yes periodically

příležitostně
occasionally

ne, chci začít
no, I would like to start

• co od fitness klubu očekáváte?
what are you expecting from a fitness?

akce pro členy
events for members

profesionalitu
professionalism

hubnutí
loss a weight

INTEREST PROFILE

PODMÍNKY VSTUPU DO KLUBU
conditions for entering the club

- tyto podmínky se uzavírají mezi "návštěvníkem" a World Gym fitness group
this contract is between the visitor and World Gym fitness group
- návštěvník se účastní všech aktivit na vlastní riziko a je zodpovědný za svůj zdravotní stav
this visitor will take part in all activities at his / her own risk and is responsible for his / her health condition
- návštěvník musí respektovat otevírací a zavírací dobu
the visitor have to respect the opening and closing hours
- návštěvník musí být starší 18 let, v opačném případě je nutný písemný souhlas rodičů
the visitor must be at older than 18 otherwise we need written parental consent
- World Gym nenesse odpovědnost za osobní věci v prostorách šaten neo posilovny
World Gym is not responsible for personal belongings left in the locker room or gym
- souhlasím se všemi podmínkami této smlouvy uzavírané mezi mnou a World Gym fitness group
I agree to all the terms and conditions of this contract between me and World Gym fitness
- podpisem dotazníku souhlasím se zpracováním osobních údajů
by signing the questionnaire I agree with processing of personal data

DATUM
DATE

PODPIS
SIGNATURE

Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 6. Dárkové předměty



Pokračování přílohy č. 6. Dárkové předměty



Pokračování přílohy č. 6. Dárkové předměty

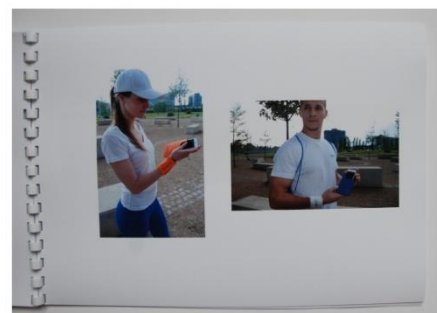


Pokračování přílohy č. 6. Dárkové předměty

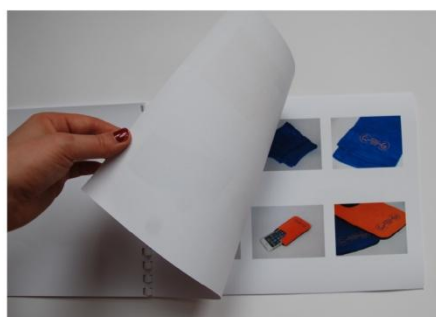


Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 7. Brožura reklamních předmětů



Pokračování přílohy č. 7. Brožura reklamních předmětů

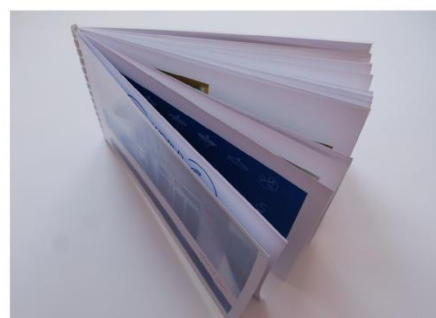
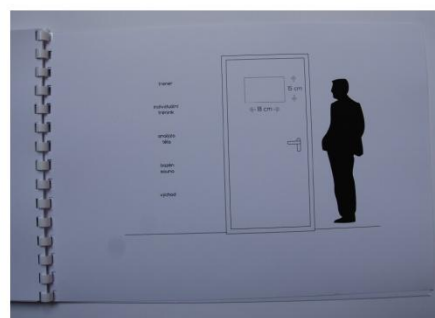
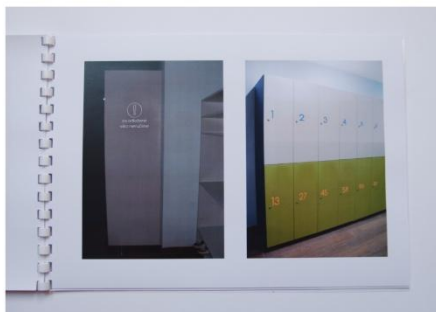


Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 8. Brožura prezentující orientační systém

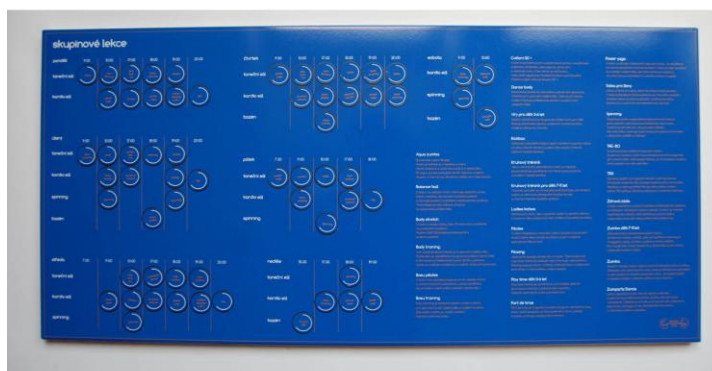


Pokračování přílohy č. 8. Brožura prezentující orientační systém



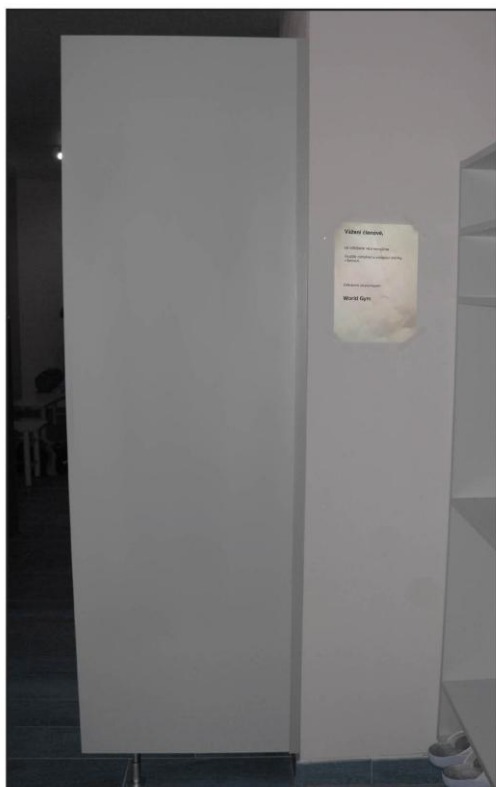
Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 9. Rozpis a popis skupinových lekcí (magnetická tabule)



Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 10. Řešení zobrazení důležitého sdělení v prostorách šaten



dosavadní vyznačení



vlastní návrh

Zdroj: Vlastní tvorba

Příloha č. 11. Dotazník

Dotazník

Tento dotazník slouží k zjištění srozumitelnosti piktogramů pro prostory fitness centra.

Správné odpovědi prosím jasně označte.

tento piktogram Vám nejspíše připomíná místnost, kde se nachází:



- trainingový sál
- kardio sál
- sauna
- spinning
- posilovna
- dětský koutek
- tecnická místnost
- analýza těla
- trenér
- dámské šatny
- pánské šatny
- taneční sál

tento piktogram Vám nejspíše připomíná místnost, kde se nachází:



- trainingový sál
- kardio sál
- sauna
- spinning
- posilovna
- dětský koutek
- tecnická místnost
- analýza těla
- trenér
- dámské šatny
- pánské šatny
- taneční sál

tento piktogram Vám nejspíše připomíná místnost, kde se nachází:



- trainingový sál
- kardio sál
- sauna
- spinning
- posilovna
- dětský koutek
- tecnická místnost
- analýza těla
- trenér
- dámské šatny
- pánské šatny
- taneční sál

Děkuji za vyplnění dotazníku

Zdroj: Vlastní tvorba