Izrada vizualnog identiteta za Vilu Rusticu

Laktaš, Tihana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:294608

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-15**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište Sjever

Završni rad br. 871/MM/2024

Izrada vizualnog identiteta za Vilu Rusticu

Tihana Laktaš, 0336051999

Varaždin, lipanj 2024. godine

Sveučilište Sjever

Odjel za Multimedija, oblikovanje i primjena

Izrada vizualnog identiteta za Vilu Rusticu

Student

Tihana Laktaš, 0336051999

Mentor

Robert Geček, izv.prof.art. dr.sc.

Varaždin, lipanj 2024. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR-42000 Varaždin

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Tihana Laktaš | MATIČNI BROJ 0336051999

DATUM 06.06.2024. | KOLEGIJ Grafički dizajn

NASLOV RADA Izrada vizualnog identiteta za Villu Rusticu

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Creating a visual identity for Villa Rustica

MENTOR Robert Geček | ZVANJE izv.prof.art.

ČLANOVI POVJERENSTVA
1. dr.sc. Snježana Ivančić Valenko, v. pred. - predsjednik
2. Anja Zorko, pred. - član
3. izv.prof.art. dr.sc. Robert Geček - mentor
4. doc.dr.sc. Marko Čačić, - zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ 871/MM/2024

OPIS

U današnjem konkurentnom poslovnom okruženju, vizualni identitet brenda igra presudnu ulogu u privlačenju i zadržavanju pažnje ciljanih klijenata. Logo i promidžbeni materijali čine osnovu ovog identiteta. Ovaj završni rad bavi se cjelokupnim procesom izrade vizualnog identiteta za Villu Rusticu, luksuznu destinaciju koja spaja autentičnost mediteranske tradicije s modernim luksuzom.
Cilj ovog rada je prikazati sve faze kreativnog i tehničkog procesa razvoja loga i raznovrsnih promidžbenih materijala. U prvom dijelu rada bit će predstavljena teorijska osnova grafičkog dizajna, programa koji se koriste, važnost i uloga samog grafičkog dizajna, osnova vizualnog identiteta, loga, boja i tipografije, dizajna logotipa i promidžbenih materijala. Nakon toga, praktični dio rada detaljno opisuje proces izrade loga, kao i kreaciju promidžbenih materijala kao što su šalice, vizitke, natpisne ploče, ručnici, personalizirano vino i izrada etikete, torbe za plažu i okvira. Kroz ovaj rad, nastoji se pokazati kako temeljito planiranje i stručno izveden dizajn mogu značajno pridonijeti prepoznatljivosti i uspjehu brenda na tržištu, te kako integracija kreativnih i tehničkih aspekata dizajna zahtijeva sveobuhvatno razumijevanje tržišta, publike i samog brenda.

REPUBLIKA HRVATSKA
SVEUČILIŠTE SJEVER

ZADATAK URUČEN 19.06.2024. | POTPIS MENTORA

Sažetak

Ovaj završni rad se bavi izradom vizualnog identiteta za Vilu Rusticu. Objašnjeni su pojmovi grafičkog dizajna i njegova uloga i važnost, programi koji se koriste u grafičkom dizajnu, pojam vizualnog identiteta i njegovi elementi i važnost promidžbenih materijala.

U samom praktičnom djelu biti će opisani koraci u dizajnu loga za vilu i također dizajniranje tiskanica i promidžbenih materijala za koji su korišteni alati Adobe Photoshop i Adobe Illustrator.

Ključne riječi: grafički dizajn, logotip, vizualni identitet, promidžbeni materijali

Summary

This thesis deals with the creation of a visual identity for Villa Rustica. It explains the concepts of graphic design and its role and importance, the programs used in graphic design, the concept of visual identity and its elements, and the importance of promotional materials.

The practical part will describe the steps in designing the logo for the villa as well as the design of stationery and promotional materials using tools such as Adobe Photoshop and Adobe Illustrator.

Keywords: graphic design, logo, visual identity, promotional materials

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Grafički dizajn 2
   2.1. Vještine grafičkog dizajnera 3
   2.2. Računalna grafika 4
      2.2.1. Adobe Photoshop 4
      2.2.2. Adobe Illustrator 4
      2.2.3. Adobe InDesign 5
3. Uloga i važnost grafičkog dizajna 6
4. Vizualni identitet 7
   4.1. Karakteristike dobrog vizualnog identiteta 8
   4.2. Elementi vizualnog identiteta 8
      4.2.1. Logo 9
      4.2.2. Boje 10
      4.2.3. Tipografija 11
5. Praktični dio izrade loga 12
   5.1. Prijedlozi loga 12
   5.2. Odabrani logo 13
   5.3. Koraci u izradi loga 14
6. Tiskanice i promidžbeni materijali 19
   6.1. Logo brendiranje 19
      6.1.1. Izgled natpisne ploče 23
      6.1.2. Izgled šalice 24
      6.1.3. Izgled torbe za plažu 25
      6.1.4. Izgled ručnika 25
      6.1.5. Izgled vizitke 26
      6.1.6. Izgled okvira unutar vile 27
      6.1.7. Izgled etikete za vino 28
7. Zaključak 30
8. Literatura 31
9. Popis slika 32

1. Uvod

U današnjem konkurentnom poslovnom okruženju, vizualni identitet brenda igra presudnu ulogu u privlačenju i zadržavanju pažnje ciljanih klijenata. Logo i promidžbeni materijali čine osnovu ovog identiteta, pružajući prvi i trajan dojam o vrijednostima i kvaliteti koje brend zastupa. Ovaj završni rad bavi se cjelokupnim procesom izrade vizualnog identiteta za Vilu Rusticu, luksuznu destinaciju koja spaja autentičnost mediteranske tradicije s modernim luksuzom. Cilj ovog rada je prikazati sve faze kreativnog i tehničkog procesa razvoja loga i raznovrsnih promidžbenih materijala. Poseban naglasak stavljen je na analizu kako vizualni elementi mogu odražavati jedinstvenu atmosferu i filozofiju Vile Rustice. U prvom dijelu rada bit će predstavljena teorijska osnova grafičkog dizajna, programa koji se koriste, važnost i uloga samog grafičkog dizajna, osnova vizualnog identiteta, loga, boja i tipografije, dizajna logotipa i promidžbenih materijala. Nakon toga, praktični dio rada detaljno opisuje proces izrade vizualnog identiteta, kao i kreaciju promidžbenih materijala kao što su šalice, vizitke, natpisne ploče, ručnici, personalizirano vino i izrada etikete, torbe za plažu i okvira. Faza izrade loga će biti ilustrirana koracima u izradi. Završni dio rada obuhvaća evaluaciju stvorenih vizualnih rješenja i razmatranje njihovog utjecaja na percepciju brenda među ciljanom publikom. Kroz ovaj rad, nastoji se pokazati kako temeljito planiranje i stručno izveden dizajn mogu značajno pridonijeti prepoznatljivosti i uspjehu brenda na tržištu, te kako integracija kreativnih i tehničkih aspekata dizajna zahtijeva sveobuhvatno razumijevanje tržišta, publike i samog brenda.

2. Grafički dizajn

Dizajn je interdisciplinarna djelatnost koja povezuje društvene, humanističke i tehničke znanosti s kreativno-umjetničkim komponentama. [1] Grafičko oblikovanje, poznato i kao dizajn, predstavlja kreativan proces u kojem dizajner kombinira različite likovno-grafičke elemente kako bi stvorio poruku ili strukturirao informaciju. U procesu dizajner kreira poruke ili organizira informacije kombinirajući linije, oblike, tipografiju, boje i uzorke. Često se koristi i termin komunikacijski dizajn ili vizualne komunikacije kako bi se opisao isti proces.

Ova umjetnost postoji već dugo vremena kao sredstvo vizualne komunikacije ili prikaz informacija. Pojam "grafički dizajn" prvi je put upotrijebio William Addison Dwiggins 1922. godine kako bi opisao svoj rad u vizualnom tiskanju, kao što su oblikovanje knjiga i tipografija.

Proizvodi grafičkog dizajna uključuju knjige, časopise, novine, brošure i plakate. Estetika i učinkovitost dizajna često se raspravljaju, ali sam izgled ne otkriva proces stvaranja ili uzročno-posljedične veze među elementima dizajna. Grafički dizajn kombinira tehnička svojstva svojih proizvoda s likovno-estetskom funkcijom.

Proces grafičkog oblikovanja uključuje raspoređivanje grafičkih elemenata na određenoj površini, bilo da je riječ o tiskanom ili digitalnom mediju, uzimajući u obzir karakteristike proizvoda, njegovu funkciju i tehnološke zahtjeve.

Dizajn kao proces ima tri dimenzije: trajnost, korisnost i ljepotu. Dizajneri oblikuju informacije naglašavanjem, uspoređivanjem, grupiranjem ili izostavljanjem elemenata. Grafički dizajn spada u primijenjenu umjetnost, primjenjujući zakone likovnosti poput simetrije, proporcije i ritma, te estetska načela harmonije, kontrasta i ravnoteže.

Grafički dizajn je ključni element komunikacije između autora i promatrača, često prilagođen ciljanoj publici. U komercijalnom oglašavanju može izgubiti svoj izvorni umjetnički izraz i postati sredstvo manipulacije. Dizajn obuhvaća teoriju i praksu, a dizajner je stalno uključen u istraživanje i rješavanje problema.

Richard Hollis opisuje grafički dizajn kao jezik s nesigurnom gramatikom i rastućim vokabularom. U komercijalnom smislu, grafički dizajn često se definira kao aktivnost rješavanja problema, ali ima i širu socijalnu, obrazovnu i informativnu ulogu. [2]

Osnovna podjela grafičkog dizajna je:

1. **Dizajn vizualnog identiteta:** logoi, primarne komunikacije, oglasi, letci, brošure, plakati i dr.
2. **3D predmeti:** grafički dizajn uglavnom je vezan uz dvodimenzionalno, ali ne isključuje i bavljenje trodimenzionalnim predmetima kao što su ambalaža, dizajn izložbenih prostora, promidžbeni trodimenzionalni materijali u trgovinama.

3. **Dizajn publikacije:** knjige, časopisi, novine, monografije i dr.
4. **Signalistika:** dizajner ujednačava vizualnu komunikaciju prostora s vizualnim identitetom, odabire pozicioniranje sustava prema kretanju i aktivnostima, području dozvole i zabrane te prikladne materijale, boju i oblik prema sadržaju i funkciji. [3]

2.1. Vještine grafičkog dizajnera

Zadatak grafičkog dizajnera je proslijediti pravi odgovor na probleme vizualnih komunikacija u svakoj vrsti ili svakom dijelu društva. [1] Iako talent za crtanje, slikanje ili fotografiju može biti od koristi, ono što je zaista neophodno za uspješan rad grafičkog dizajnera jest skup vještina koje se mogu naučiti i usavršiti kroz trud i praksu. Ove vještine uključuju:

1. Strpljenje: Grafički dizajn je proces suradnje s klijentima, a to često znači i prilagodbu ideja i izmjene prema njihovim željama. Stoga je strpljenje neophodno za uspješno upravljanje projektima i postizanje zadovoljavajućih rezultata.
2. Sposobnost razumijevanja klijentovih mišljenja: Komunikacija s klijentima je ključna za razumijevanje njihovih potreba i ideja. Uvjereni ste da ste dobili jasnu sliku o tome što klijent želi, no često se događa da su njihove zamisli nejasno definirane. U tim situacijama, od dizajnera se očekuje da iz fragmenata informacija i uputa kreira dizajn koji će istovremeno zadovoljiti klijenta i ispuniti zadani cilj.
3. Dobre komunikacijske vještine: Grafički dizajneri moraju biti sposobni jasno i efikasno komunicirati svoje ideje i koncepte klijentima, kolegama i suradnicima. U nekim slučajevima, to može značiti i uvjeravanje klijenta da promijeni svoje ideje ako one nisu u skladu s dizajnerskim principima.
4. Fleksibilnost: Dizajnerski projekti se često mijenjaju tijekom izrade, a dizajneri moraju biti spremni na brze adaptacije i prilagodbe.
5. Stalno istraživanje i usavršavanje: Grafički dizajn se stalno razvija. Dizajneri moraju biti u toku s najnovijim trendovima, tehnikama i alatima kako bi mogli pružiti svojim klijentima inovativne i kreativne rješenja.

6. Ostale bitne vještine:
   - Kreativnost: Sposobnost generiranja originalnih i inovativnih ideja.
   - Tehničke vještine: Poznavanje relevantnih softvera i alata za grafički dizajn.
   - Analitičke vještine: Sposobnost analize problema i pronalaženja rješenja.
   - Organizacijske vještine: Sposobnost upravljanja vremenom, zadacima i projektima.
   - Rješavanje problema: Sposobnost pronalaska kreativnih rješenja za izazove koji se javljaju tijekom projekta. [4]

2.2. Računalna grafika

Računalna grafika predstavlja granu informacijske tehnologije koja se bavi prikazivanjem grafičkih elemenata putem računala. Postoje dvije glavne vrste grafike koje se koriste: rasterska (ili bitmap) i vektorska grafika.

Rasterska grafika sastoji se od mreže piksela, pri čemu svaki piksel može imati različitu boju, te zajedno čine sliku. Kvaliteta slike ovisi o gustoći piksela, koja je definirana rezolucijom (brojem piksela po jedinici površine). Rastersku sliku ne možemo beskonačno povećavati jer će doći do gubitka kvalitete. Za obradu rasterske grafike koriste se alati poput Adobe Photoshopa.

Vektorska grafika temelji se na matematičkim vektorima. Svaki vektor ima svoju početnu točku, duljinu i smjer, a zajedno oblikuju sliku. Vektorska grafika može se beskonačno skalirati bez gubitka kvalitete. Za obradu vektorske grafike koriste se alati kao što je Adobe Illustrator. Dok bitmap slika sadrži informacije o boji i poziciji svakog piksela, vektorska grafika daje upute o tome gdje smjestiti svaku komponentu.

Ova dva pristupa grafičkom dizajnu omogućuju širok spektar kreativnih mogućnosti i primjena, od fotografije i digitalne umjetnosti do logotipa i tehničkih ilustracija. [5]

2.2.1. Adobe Photoshop

Photoshop je specijaliziran za rad s rasterskom grafikom. Neosporni je lider u svijetu rasterske grafike, nudeći bogat skup alata i funkcija za sve razine korisnika. Njegove mogućnosti sežu daleko od jednostavnog uređivanja slika, obuhvaćajući:

- Fotomanipulacije: Kreiranje složenih kompozicija od različitih slika, dodavanje efekata i tekstura, uklanjanje neželjenih elemenata i sl.
- Retuširanje fotografija: Usavršavanje portreta, korekcija boja, poboljšanje detalja, uklanjanje manjih nedostataka i sl.
- Dizajn web stranica: Photoshop se može koristiti za izradu web grafika, banera, ikona i drugih elemenata web dizajna.
- Kreiranje animacija: Photoshop nudi jednostavne alate za animaciju slika i gifova. [6]

2.2.2. Adobe Illustrator

Illustrator je savršen alat za rad s vektorskom grafikom, koja se odlikuje beskrajnom skalabilnošću i oštrinom bez obzira na veličinu. Njegova primarna upotreba uključuje:

- Dizajn logotipa: Illustrator nudi precizne alate i funkcije za crtanje logotipa, ikona i piktograma, osiguravajući njihovu prezentaciju u svim dimenzijama.
- Ilustracije: Stvaranje ilustracija uz pomoć vektorskih alata i efekata.
- Tipografija: Precizno oblikovanje i aranžiranje teksta, kreiranje složenih tekstualnih kompozicija.
- Dizajn web grafika: Illustrator se može koristiti za izradu skalabilnih web grafika, ikona i ilustracija za web stranice.
- Tehničko crtanje: Illustrator se koristi i za izradu tehničkih crteža, dijagrama, grafikona i sl. [6]

2.2.3. Adobe InDesign

InDesign je alat za dizajniranje složenih projekata koji uključuju tekst i grafiku. Njegova snaga leži u:

- Prijelomu teksta: Precizno oblikovanje teksta u stupce, okvire i stranice, kontrola tipografije, formatiranja i rasporeda.
- Uređivanje teksta: InDesign nudi bogate alate za formatiranje teksta, uključujući stilove, tablice, tabulatora, interlinearnu udaljenost i sl.
- Integriranje grafike: Besprijekorno uključivanje vektorskih i rasterskih slika u dizajn, upravljanje veličinom, pozicioniranjem i prozirnošću.
- Dizajn brošura, kataloga i časopisa: InDesign je idealan za izradu profesionalnih publikacija s bogatim sadržajem i složenim dizajnom.

Osim navedenog, InDesign se može koristiti i za dizajniranje knjiga, izvješća, kalendara, plakatih i drugih tiskanih materijala. [6]

3. Uloga i važnost grafičkog dizajna

Dizajn je svuda oko nas i čini život jednostavnijim i boljim. Njegova vrijednost leži u poruci koja se krije iza znaka koji promatrači razumiju i koji na njih ostavlja dojam. Boje, znakovi i fontovi doprinose značenju te poruke. Osim što pomaže u prepoznavanju brenda, grafički dizajn igra ključnu ulogu u marketinškim kampanjama i oglašavanju. Kreativni dizajn plakata, letaka, reklama i digitalnih medija ključan je za privlačenje pažnje potrošača i poticanje prodaje. Dobar dizajn može značajno utjecati na percepciju proizvoda ili usluge te izdvojiti brend iz mase konkurencije. Dizajn omogućuje kupcima da znaju tko ste i čime se bavite te privlači nove kupce i može izgraditi povjerenje kod korisnika i stvoriti emocionalnu vezu s proizvodom ili uslugom. Sve počinje od onoga što želite poručiti potencijalnim kupcima i misije vašeg poduzeća. Kreativan dizajn znači biti originalan i prenijeti ideje na nov i neuobičajen način. Dizajn nije samo za uljepšavanje, već mora biti učinkovit u poticanju i uvjeravanju kupaca. [7]

Dizajn nije samo stvaranje grafike, proizvoda ili usluge, već sredstvo koje potiče ljude da djeluju i zadovolje svoje potrebe. Mnoge tvrtke su shvatile da grafički dizajn nije trošak, već investicija koja povećava vrijednost proizvoda, prodaju i status na tržištu. Okruženi proizvodima grafičkog dizajna, vidimo kako dizajneri mogu doprijeti do mnogih ljudi, utjecati na stavove i podizati svijest. Zato je važno ulagati u vizualni identitet tvrtke ili proizvoda i stvarati vlastiti brand. [8]

Također, grafički dizajn je neophodan i u digitalnom okruženju. Sučelja mobilnih aplikacija, web stranica i softverskih platformi dizajniraju se s ciljem stvaranja ugodnog korisničkog iskustva. Estetika, funkcionalnost i intuitivnost su ključni aspekti koji se uzimaju u obzir prilikom oblikovanja digitalnih sučelja.

Grafički dizajn:

- Prevodi ideje u djelo na jedinstven i kreativan način.
- Olakšava i poboljšava život.
- Nije samo dekorativan, već i funkcionalan.
- Pomaže osobi uspjeti i opstati.
- Utječe na osjećaje i nagovori na akciju.

Dobar dizajn:

- Pomaže u prodaji proizvoda i usluga.
- Podiže status tvrtke na tržištu.
- Ima važnu socijalnu i kulturnu ulogu.
- Kritički se može promatrati i pohvaliti.
- Utječe na društvene procese i rješava socijalne probleme.

4. Vizualni identitet

Vizualni identitet igra ključnu ulogu u prepoznavanju i predstavljanju brenda u javnosti. To je ono što čini brend prepoznatljivim i razlikuje ga od konkurencije. Osim što pruža estetski dojam, vizualni identitet komunicira vrijednosti, osobnost i misiju brenda. Ako prihvatimo definiciju da je dizajn organizacija elemenata s ciljem postizanja određene svrhe, svrha dvodimenzionalnog dizajna je vizualna komunikacija. Grafički dizajn može se usporediti s pisanjem, jer se u oba procesa biraju elementi kako bi prenijeli željenu poruku. U grafičkom dizajnu odabir pravih elemenata ostvaruje unaprijed zadanu svrhu, uključujući rješavanje problema, organiziranje i planiranje.

Grafička komunikacija prenosi informacije kombinirajući tehničke i kreativne vještine. Ljudi često ne primjećuju grafički dizajn dok čitaju novine, otvaraju ambalažu ili kupuju knjige. Grafički dizajn prati mnoge druge industrije i neophodan je za prenošenje vizualnih poruka. Značenje, komunikacija i identitet su ključni za grafičko oblikovanje.

Vizualni identitet stvara prepoznatljivo lice tvrtke ili proizvoda i odražava njihov karakter. Ozbiljne tvrtke danas trebaju dobro osmišljen vizualni identitet, koji uključuje primarnu, sekundarnu i medijsku komunikaciju, gotove proizvode, ambalažu, publikacije, signalistiku i uniforme. Grafički dizajner sažima sve ove elemente u knjigu standarda, definirajući upotrebu logotipa, tipografije i boja.

Logotip je najprepoznatljiviji simbol brenda i često je središnji dio vizualnog identiteta. Boje imaju emocionalni i psihološki utjecaj te se odabiru pažljivo kako bi se odražavale vrijednosti i osobnost brenda. Tipografija također igra važnu ulogu u stvaranju identiteta, jer odabrani fontovi mogu komunicirati različite tonove i stilove.

Vizualni identitet treba biti dosljedan i prepoznatljiv na svim platformama i medijima na kojima se brend pojavljuje. Bilo da je riječ o web stranici, ambalaži proizvoda, reklamnom materijalu ili društvenim medijima, konzistentnost u izgledu i poruci ključna je za jačanje identiteta brenda.

Upravljanje vizualnim identitetom zahtijeva pažljivo planiranje i koordinaciju kako bi se osiguralo da se brend predstavlja na najbolji mogući način. To uključuje definiranje smjernica za dizajn, uspostavljanje sustava za upravljanje digitalnim i tiskanim materijalima te osiguranje da se sve komunikacije uklapaju u brendovu estetiku i vrijednosti. [2]

Vizualni identitet tvrtke nije samo trošak, već ulaganje koje može povećati vrijednost proizvoda, poboljšati prodaju i podići status na tržištu. Primjerice, prepoznatljiv vizualni identitet može značajno utjecati na cijenu proizvoda i imati socijalnu i kulturnu ulogu, potičući svijest i sudjelujući u rješavanju društvenih problema. [9]

Osnovni su elementi i načela identifikacije:

- Naziv tvrtke
- Zaštitni znak tvrtke
- Logotip
- Paleta boja
- Kućno pismo
- Ilustracije i ikone
- Grafička sredstva
- Fotografija
- Primjene vizuala u tiskanim sredstvima vizualne komunikacije
- Primjene vizuala u digitalnim medijima
- Primjene vizuala u sredstvima za vizualnu komunikaciju na TV ekranu
- Primjena vizuala u vanjskom oglašavanju
- Primjene vizuala na odjeći i gotovom promidžbenom materijalu [3]

4.1. Karakteristike dobrog vizualnog identiteta

Dobar vizualni identitet predstavlja uspješnu sinergiju grafičkih elemenata kao što su boja, logotip i tipografija s vrijednostima koje određena tvrtka zastupa.

Dobar vizualni identitet mora:

- imati značenje
- biti autentičan
- biti različit
- biti postojan
- biti dosljedan
- biti fleksibilan
- stvoriti dodatnu vrijednost [10]

4.2. Elementi vizualnog identiteta

Elementi vizualnog identiteta predstavljaju dojmove koje proizvod, tvrtka ili usluga ostavljaju na okolinu. To je kombinacija likovno-grafičkih elemenata poput linija, oblika, boja, tipografije i simbola koji odražavaju karakter subjekta. U engleskom se često koristi termin "brand", no važno je razumjeti da identitet nije isto što i brend. Brend je percepcija koju javnost ima o tvrtki ili proizvodu, a ona proizlazi iz doživljaja vizualnog identiteta.

Kreiranje prepoznatljivog vizualnog identiteta uključuje primjenu zaštitnog znaka, boja, tipografije i ikonografije u svim komunikacijskim sredstvima, kao i na proizvodima, ambalaži i publikacijama. Knjiga standarda precizno propisuje način primjene tih elemenata. [2]

4.2.1. Logo

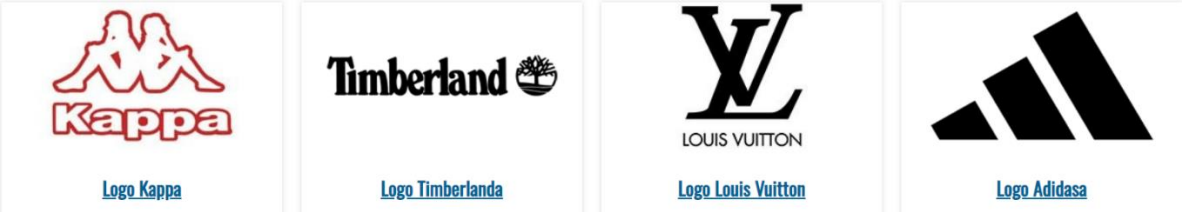
Logo, kao vizualni simbol, predstavlja identitet neke kompanije ili institucije. Može se sastojati od teksta, znaka ili njihove kombinacije. Današnjim logotipom odmah prepoznajemo mnoge poznate marke i organizacije. Logo se često naziva i korporativnim potpisom, no njegova funkcija nije samo prepoznavanje, već i prenošenje određenih značenja i emocija. Stoga se logo mora uklopiti u cjelokupni vizualni identitet organizacije. Snaga logotipa leži u njegovoj univerzalnosti jer bez obzira na jezik ili kulturu, ljudi diljem svijeta prepoznaju logo. Tijekom vremena, kompanije ponekad redizajniraju svoje logotipe kako bi odražavali promjene unutar organizacije, iako su te promjene obično minimalne kako bi se očuvala prepoznatljivost logotipa. [5]

Osnovne vrste logotipa:

- logotip temeljen na imenu
- logotip kao apstrakcija određenog slova
- amblem
- logotip temeljen na slici
- logotip kao apstraktni znak [10]

Slika 1.Poznati hrvatski logoi

Slika 2. Popularni automobilski logotipi



Slika 3. Popularni modni logotipi

Slika 4. Popularni logotipi hrane

Slika 5. Popularni internetski logotipi

4.2.2. Boje

Boje nisu samo estetski element vizualnog identiteta brenda, već i moćni alat za komunikaciju i utjecaj na publiku.

Prilikom dizajna vizualnog identiteta, preporučuje se korištenje tri dominantne boje. To osigurava jednostavnost i prepoznatljivost, a istovremeno nudi dovoljno prostora za kreativnu primjenu i varijacije. Izbor boja treba se temeljiti na strategiji brenda, ciljanoj publici i porukama koje se žele prenijeti.

Boje imaju nesporno psihološki utjecaj na ljude. Na primjer, plava boja se često povezuje s mirom, pouzdanjem i stabilnošću, dok crvena boja može izazvati uzbuđenje, strast i energiju. Zelena boja se veže s prirodom i rastom, a žuta boja s optimizmom i radošću. Razumijevanje psihološkog utjecaja boja ključno je za izbor onih koje će najbolje rezonirati s ciljanom publikom.

Nakon što su odabrane boje, ključno je da se dosljedno koriste u svim aspektima vizualnog identiteta brenda. To uključuje logotip, web stranicu, marketinške materijale, proizvode i pakiranje. Dosljedna uporaba boja jača prepoznatljivost brenda i stvara snažan i koherentan dojam kod publike. [11]

Slika 6.Poznate tvrtke podijeljene prema bojama

4.2.3. Tipografija

Tipografija, umjetnost oblikovanja i aranžiranja teksta, predstavlja treći ključni element vizualnog identiteta brenda.

Izbor fontova nije samo estetska odluka, već i strateška. Različiti tipovi fontova mogu izazvati različite emocije i asocijacije. Moderni, bezserifni fontovi mogu se dojmiti modernim i tehnološki naprednim, dok tradicionalni serifni fontovi mogu djelovati elegantno i profesionalno. Izbor fonta treba se temeljiti na osobnosti brenda, ciljanoj publici i porukama koje se žele prenijeti.

U kontekstu vizualnog identiteta, čitljivost je od ključne važnosti. Posebno je važno odabrati čitljiv font za naslove i logotip, koji su prvi elementi s kojima se publika susreće. Font mora biti dovoljno jasan i prepoznatljiv da se poruka brenda lako i brzo shvati.

Poput boja, i tipografija treba biti dosljedno korištena u svim aspektima vizualnog identiteta brenda. To uključuje web stranicu, marketinške materijale, pakiranje i sve ostale elemente koji nose ime brenda. Dosljedna uporaba tipografije jača prepoznatljivost brenda i stvara koherentan vizualni identitet. [5]

5. Praktični dio izrade loga

U samom procesu izrade loga, bilo je par ideja koje su detaljno razrađene u Adobe Illustratoru, koristeći različite alate i tehnike kako bih zamisli bile vizualizirane. Od tih početnih ideja, kroz fazu istraživanja i eksperimentiranja s oblicima i tipografijom, proizašle su četiri jedinstvene opcije loga. Svaka od ovih opcija ima svoje specifične karakteristike i različite pristupe prema ciljanom vizualnom identitetu, omogućujući klijentu da odabere onu koja najbolje odgovara njegovim potrebama i viziji brenda.

5.1. Prijedlozi loga

Slika 7.Prvi prijedlog loga

Slika 8.Drugi prijedlog loga

Slika 9.Treći prijedlog loga

Slika 10.Četvrti prijedlog loga

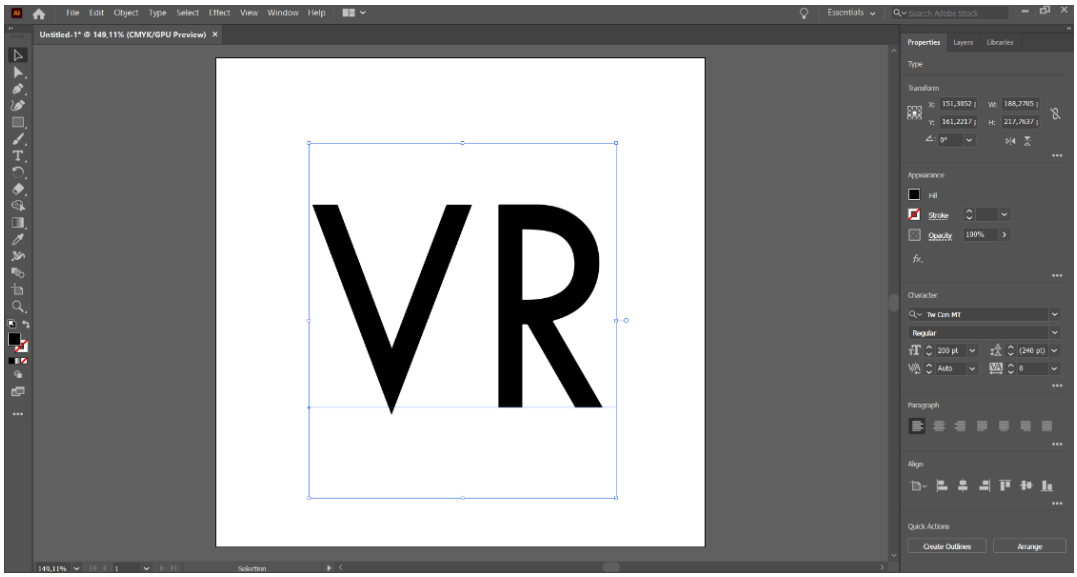
5.2. Odabrani logo

Druga verzija loga je izabrani logo koji se najviše sviđao vlasnicima vile pošto najviše odgovara samoj kući, njenom rustikalnom izgledu te je suptilno prenio osnovne karakteristike vile. Njegova estetika usklađena je s atmosferom vile, naglašavajući njezin šarm i autentičnost, što je vlasnicima pružilo osjećaj identifikacije i zadovoljstva.

Slika 11.Odabrani logo

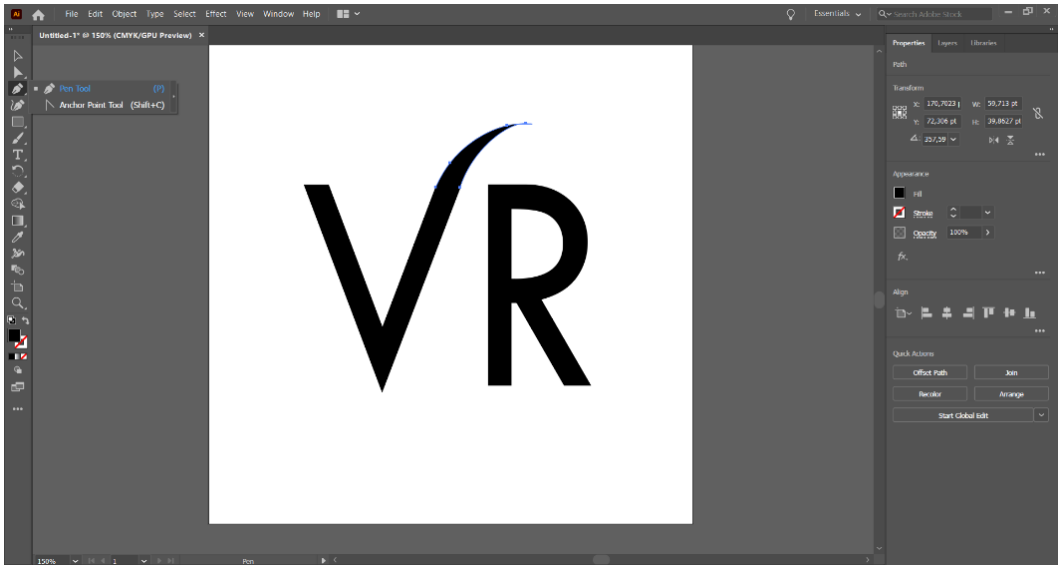
5.3. Koraci u izradi loga

Nakon istraživanja tržišta i identificiranja najprikladnijih stilova i fontova, vrijeme je za stvaranje vizualnog koncepta. Font koji je odabran je TW Cen MT. Kroz pažljivo osmišljen proces, fokus je bio na povezivanju početnih slova naziva vile, "V" i "R" za "Vila Rustica", kako bi logo bio kreiran da odražava autentičnost i prepoznatljivost vile.



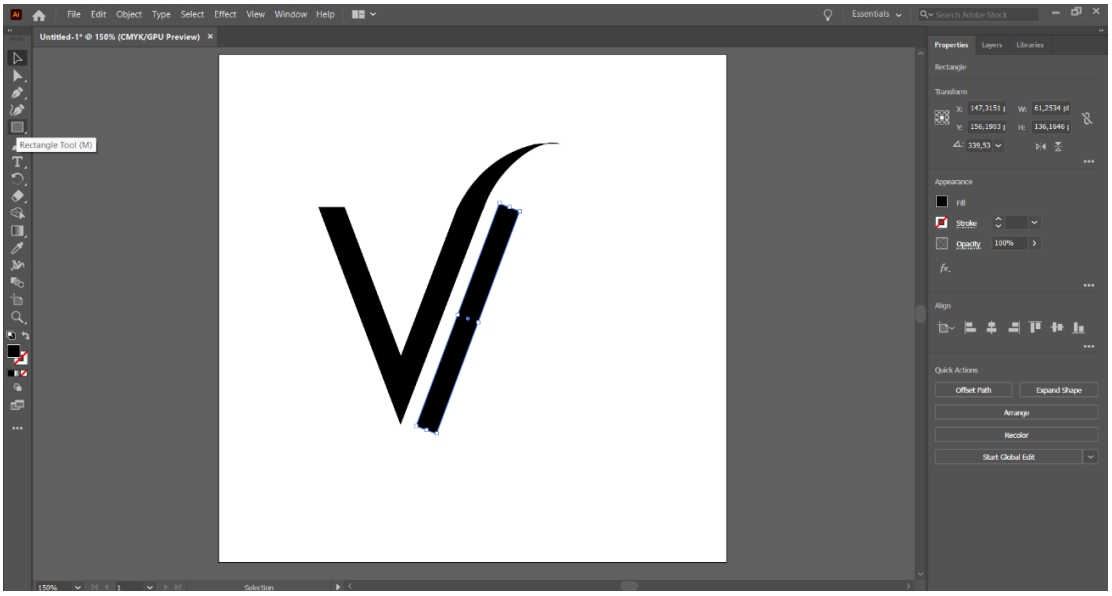
Slika 12.Početna slova za logo

Koristeći alat Pen Tool u Adobe Photoshopu, fokus je bio na uređivanje slova "V". Cilj je bio dodati neki jedinstveni element koji će podići izgled samog slova, istovremeno ga čineći prepoznatljivim unutar loga.



Slika 13.Uređivanje slova pomoću Pen Tool-a

U procesu izrade loga, primijećeno je da se oblik slova "R" ne uklapa, stoga je kreiran novi oblik. Koristeći Rectangle Tool za dodavanje pravokutnog oblika, koji je poslužio kao temelj za izradu novih elemenata slova.

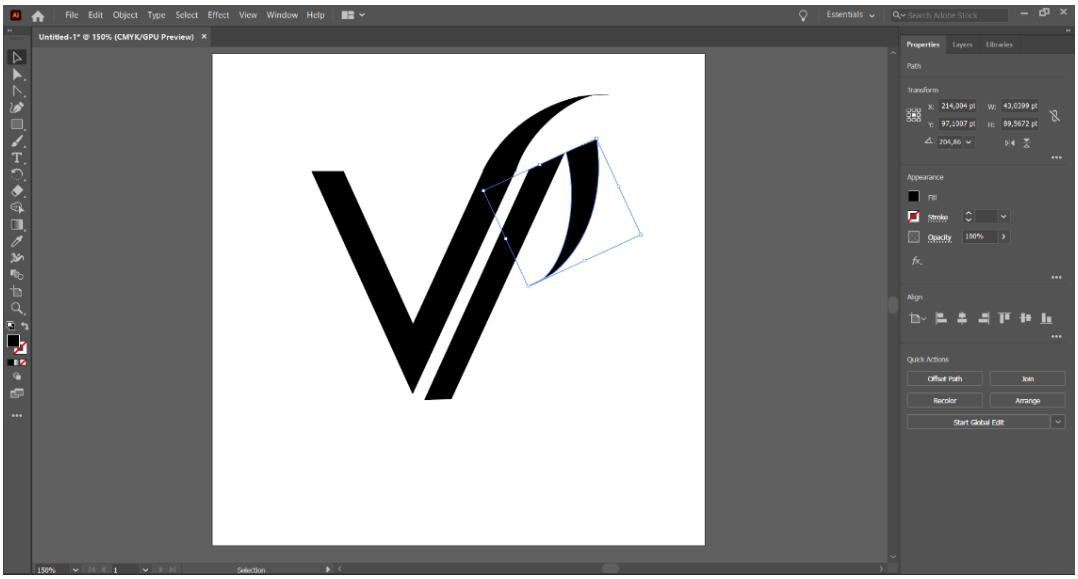


Slika 14.Dodavanje elemenata pomoću Rectangle Tool-a

Taj pravokutni oblik je morao biti dodatno uređen, pa je Curvature Tool poslužio za uređivanje samih rubova elementa, tj. da se izravnaju, osiguravajući da slovo ima čist i profesionalan izgled.

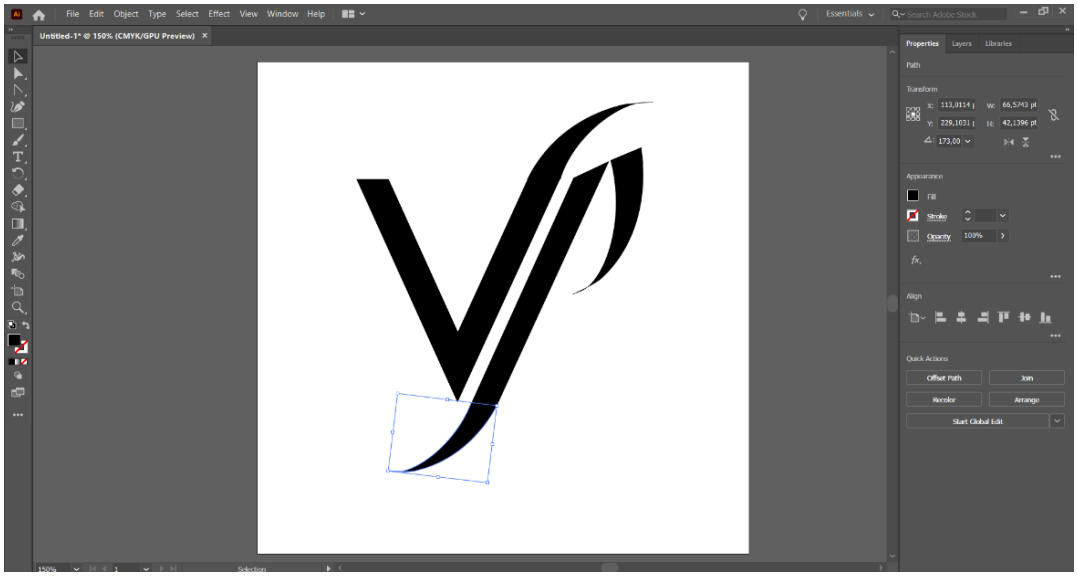
Slika 15.Uređivanje elemenata pomoću Curvature Tool-a

Element koji je izrađen za slovo "V", kopiran je i dodan na gornji dio pravokutnog oblika kako bi se dobio izgled slova "R". Nakon što je kopiran taj element sa slova "V", korištena je opcija Transform i zatim Rotate kako bi se postigao pravilan položaj i orijentacija za integraciju u oblik slova "R". Ova tehnika omogućila je dosljednost između elemenata slova i stvorila harmoničan izgled cijelog loga.



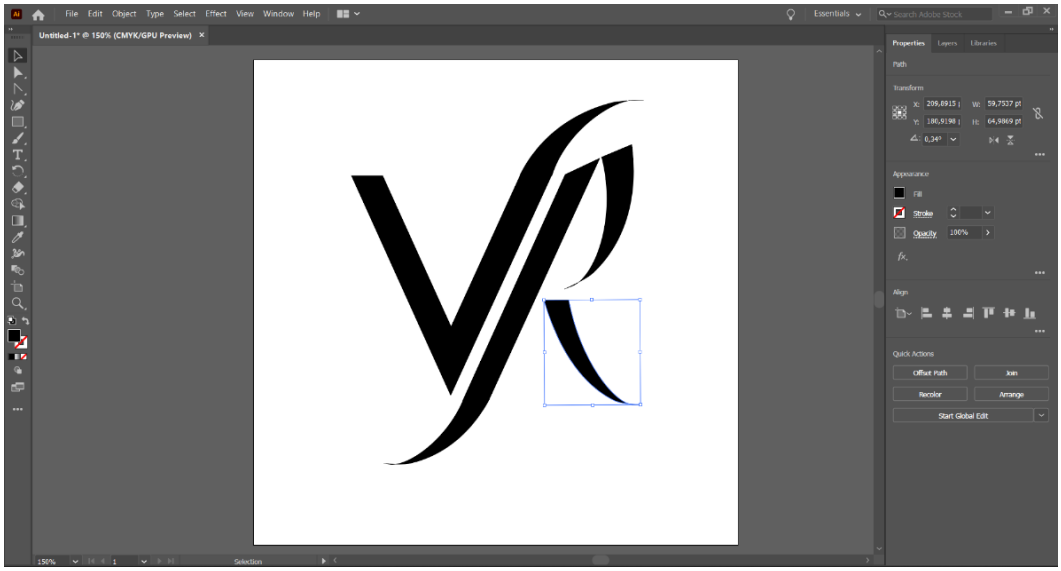
Slika 16.Kopiranje već izrađenog elementa

Element koji je kopiran u prethodnom koraku, ponovno je kopiran ali na donji dio pravokutnog oblika kako bi se dodatno poboljšao vizualni izgled slova "R". Korištenjem opcije Transform i zatim Rotate, prilagođen je položaj kopiranog elementa kako bi se savršeno uklopio i dopunio donji dio slova "R". Ova tehnika dodatnog dupliciranja i prilagođavanja omogućila je postizanje simetrije i balansa u dizajnu slova, što je rezultiralo estetski privlačnim i funkcionalnim logotipom.



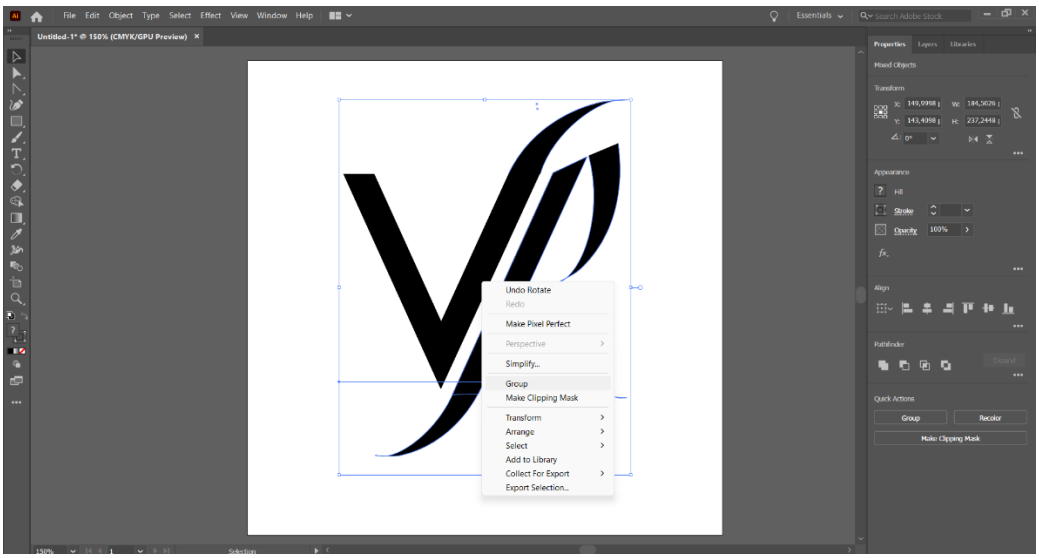
Slika 17.Ponovno kopiranje već izrađenog elementa

Kao i u prethodnom koraku, ponovno je kopiran isti element, ponovno na donji dio pravokutnog oblika kako bi se postigao konačni izgled slova "R". Korištenjem opcije Transform i zatim opcije Reflect, element je reflektiran vertikalno kako bi se savršeno uklopio s gornjim dijelom slova. Ovaj dodatni korak prilagodbe omogućio je postizanje simetrije i ravnoteže u dizajnu slova "R", stvarajući konačni izgled koji je estetski privlačan i lako prepoznatljiv.



Slika 18.Ponovno kopiranje već postojećeg elementa

Nakon što su svi elementi loga bili zadovoljeni, uključujući slova "V" i "R", kao i dodatni detalji, mogao je početi proces grupiranja svih elemenata u jednu cjelinu. Ova faza je bila važna radi olakšane manipulacije i korištenja loga u budućim koracima, te su grupirani svi elementi kako bi se lakše mogli kopirati i premještati u kasnijim fazama projekta ili za potrebe različitih marketinških materijala. Ovaj korak je osigurao dosljednost u korištenju loga i olakšao njegovu primjenu u različitim situacijama.



Slika 19.Grupiranje svih elemenata

6. Tiskanice i promidžbeni materijali

U današnjem konkurentnom svijetu ugostiteljstva, stvaranje učinkovitih promidžbenih materijala ključno je za privlačenje gostiju i izgradnju prepoznatljivog brenda. Kao dio praktičnog dijela ovog istraživačkog rada, fokus je bio na dizajniranju različitih tiskanica i promidžbenih materijala za jednu luksuznu vilu. Koristeći alate poput Adobe Photoshopa i Illustratora, istraženi su različiti pristupi i tehnike kako bi materijali mogli biti stvoreni i kako bi odražavali eleganciju vile.

Proces dizajniranja promidžbenih materijala započeo je s detaljnim istraživanjem ciljane publike vile, njezinih preferencija i vrijednosti koje predstavlja. Analizirajući estetiku vile, njezin stil i okolinu, identificirani su ključni elementi koje je trebalo uključiti u dizajn.

Nakon istraživanja tržišta i identificiranja najprikladnijih materijala i stilova, počeo je proces stvaranja vizualnih koncepata. Koristeći Photoshop i Illustrator, eksperimentiralo se s različitim fontovima, bojama, teksturama i kompozicijama kako bi bile stvorene privlačne i informativne tiskanice.

Kao rezultat praktičnog dijela rada, stvoren je niz promidžbenih materijala za vilu, uključujući vizitke, šalice, ručnike, torbe za plažu, domaće vino. Svi materijali su bili usklađeni s vizualnim identitetom vile, koristeći iste boje, fontove i logotip.

6.1. Logo brendiranje

Logo je ključni vizualni element koji predstavlja identitet i osobnost brenda. Kako bi logo bio učinkovit i prepoznatljiv u različitim situacijama, važno je stvoriti više verzija koje se prilagođavaju različitim podlogama i proizvodima, kao i varijacijama boja. Proces stvaranja ovih varijacija poznat je kao logo brendiranje, a omogućuje brendu da zadrži konzistentnost i prepoznatljivost, dok istovremeno osigurava prilagodljivost u različitim okolnostima.

Prilikom brendiranja logotipa za različite podloge, poput web stranica, ambalaže, ili promotivnih materijala, važno je osigurati da logo ostaje čitljiv i upečatljiv.

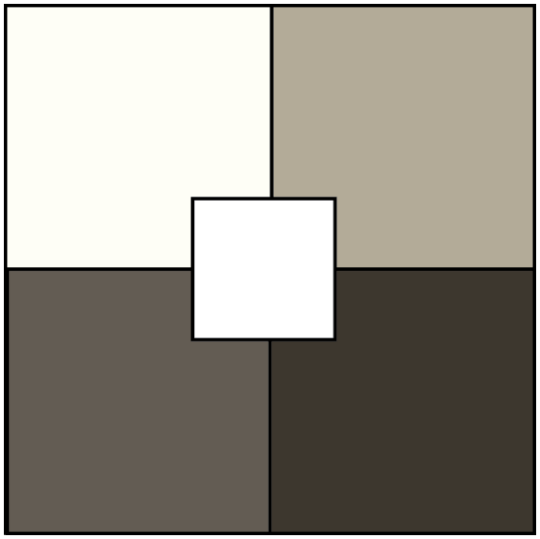
Varijacije boja logotipa omogućavaju prilagodbu logotipa različitim temama, raspoloženjima ili podlogama, a u ovom radu fokus je bio na nijansama smeđe boje. Važno je osigurati da sve varijacije boja logotipa ostanu dosljedne osnovnom identitetu brenda kako bi se očuvala prepoznatljivost.

Slika 20.Prva verzija loga u logo brendiranju

Slika 21.Druga verzija loga u logo brendiranju

Slika 22.Treća verzija loga u logo brendiranju

Slika 23.Četvrta verzija loga u logo brendiranju



Slika 24.Boje korištene u logo brendiranju

Slika 25.Sve verzije loga u logo brendiranju

6.1.1. Izgled natpisne ploče

Natpisne ploče imaju ključnu ulogu u stvaranju prvog dojma i identiteta vile. One ne samo da pružaju jasnu oznaku mjesta, već i predstavljaju priliku za izražavanje stila i osobnosti vile. U ovom praktičnom dijelu završnog rada istraživan je proces dizajniranja i izrade dvije natpisne ploče za jednu ekskluzivnu vilu: jednu koja će biti postavljena direktno na vilu, a drugu koja će biti postavljena ispred vile u dvorištu.

Kao rezultat praktičnog dijela rada, stvorene su dvije natpisne ploče koje su odražavale karakter vile i zadovoljavale potrebe vlasnika. Natpisna ploča koja je išla direktno na vilu bila je elegantna i diskretna, ističući logo vile na suptilan način. Natpisna ploča postavljena ispred vile u dvorištu bila je veća i upadljivija, pružajući jasnu oznaku prolaznicima.

Kroz ovaj praktični rad, demonstrirano je kako kombinacija istraživanja, kreativnosti i tehničke vještine može rezultirati natpisnim pločama koje ne samo da zadovoljavaju funkcionalne potrebe, već i jačaju brend vile i stvaraju pozitivan dojam gostima.

Slika 26.Izgled natpisne ploče van vile

Slika 27.Izgled natpisne ploče na vili

6.1.2. Izgled šalice

U svijetu luksuznih vila, svaki detalj ima ulogu u stvaranju nezaboravnog iskustva za goste. Personalizirani predmeti za svakodnevnu upotrebu mogu dodati dodatnu notu elegancije i ekskluzivnosti. Istražuje se proces dizajniranja i izrade personaliziranih šalica za kavu ili čaj koje su bile namijenjene svakom gostu luksuzne vile, pružajući praktičan, ali i estetski zadovoljavajući suvenir.

Konačni proizvodi su personalizirane šalice za kavu ili čaj koje su dodatno obogatile iskustvo gostiju vile. Svaka šalica je bila obogaćena logotipom vile ili personaliziranim detaljima, pružajući gostima jedinstvenu uspomenu na njihov boravak.

Slika 28.Izgled personalizirane šalice

6.1.3. Izgled torbe za plažu

U svijetu ugostiteljstva, stvaranje jedinstvenih iskustava za goste ključno je za izgradnju brenda i zadovoljstvo klijenata. Jedan od načina da se to postigne je kroz darivanje personaliziranih poklona koji odražavaju identitet i karakter vile. Istražuje se proces dizajniranja i izrade personaliziranih torbi za plažu koje su bile darovane svakom gostu luksuzne vile, pružajući praktičan i istovremeno elegantan suvenir.

Proces dizajniranja i izrade personaliziranih torbi za plažu započeo je s dubokim razumijevanjem ciljane publike vile i njezinih vrijednosti. Analizom estetike same vile, njezinog položaja uz obalu i stilskih preferencija gostiju, stvorena je osnova za dizajn torbi.

Konačni proizvod su personalizirane torbe za plažu koje su bile savršen suvenir za svakog gosta vile. Svaka torba je bila obogaćena logotipom vile ili personaliziranim detaljima, pružajući gostima jedinstvenu uspomenu na njihov boravak.

Slika 29.Izgled personalizirane torbe za plažu

6.1.4. Izgled ručnika

Kreiranje personaliziranih ručnika s logom vile može biti ključno za stvaranje luksuznog iskustva i jačanje brenda u svijetu ugostiteljstva. U ovom praktičnom dijelu

istraživačkog rada fokus je bio na dizajniranju i izradi ručnika s logom za ekskluzivnu vilu. Kroz kreativni proces i upotrebu odgovarajućih alata, istraženi su načini kako stvoriti ručnike koji će zadovoljiti visoke standarde vile.

Koristeći softverske alate poput Adobe Photoshopa ili Illustratora, eksperimentiralo se s različitim dizajnima, bojama i rasporedima kako bi nastali ručnici koji su usklađeni s estetikom vile i istovremeno funkcionalni.

Dizajniranje i izrada personaliziranih ručnika s logom za vilu zahtijeva pažljiv pristup koji odražava karakter vile i potrebe gostiju. Kroz ovaj praktični rad, demonstrirano je kako kombinacija istraživanja, kreativnosti i tehničke vještine može rezultirati ručnicima koji ne samo da zadovoljavaju estetske standarde, već i jačaju brend vile i pružaju gostima dodatnu vrijednost tijekom njihovog boravka.

Slika 30.Izgled personaliziranih ručnika

6.1.5. Izgled vizitke

U današnjem digitalnom dobu, gdje prvi dojam često dolazi putem ekrana, tradicionalni marketinški alati poput vizitki i dalje imaju značajnu ulogu u ostavljanju dubokog i trajnog utiska. Ovaj rad fokusira se na proces dizajniranja i izrade vizitki za luksuznu vilu, istražujući korake u stvaranju materijala koji odražava eleganciju, ekskluzivnost i karakter same vile.

Nakon što su identificirani ključni elementi koji trebaju biti prisutni na vizitkama, pristupilo se stvaranju vizualnih koncepta. Kroz iterativni proces, razvijeni su dizajni

koji su kombinirali luksuzne elemente, kao što su zlatni detalji i elegantni fontovi, s suptilnim naglascima koji odražavaju karakter same vile.

Slika 31.Izgled personalizirane vizitke

6.1.6. Izgled okvira unutar vile

Unutarnji dekor luksuzne vile igra ključnu ulogu u stvaranju ugodne atmosfere i dodavanju osobnog pečata prostoru. Personalizirani elementi poput okvira s logom dodaju dodatnu dozu elegancije. Istražuje se proces dizajniranja i postavljanja personaliziranog okvira s logom unutar vile, istražujući korake u stvaranju vizualnog elementa koji odražava karakter i identitet same vile.

Konačni proizvod bio je okvir s logom koji je dodao dodatnu eleganciju i osobnost unutrašnjosti vile. Okvir je bio postavljen na istaknutom mjestu unutar vile, pružajući jasan vizualni identitet i ostavljajući snažan dojam na goste.

Slika 32.Izgled personaliziranog okvira

6.1.7. Izgled etikete za vino

U svijetu ugostiteljstva, stvaranje vlastitog vinskog brenda može biti ključno za dodavanje osobnosti i ekskluzivnosti luksuznoj vili. Personalizirane etikete za vino ne samo da pružaju prepoznatljiv identitet, već i dodaju vrijednost gostima nudeći autentično iskustvo. Gosti koji su ljubitelji vina mogu isprobati crno ili bijelo vino, ovisno koje više preferiraju. Istražuje se proces dizajniranja i izrade personalizirane etikete s logom za vino koje će proizvoditi vlasnici vile, istražujući korake u stvaranju vizualnog elementa koji odražava karakter i identitet vile, kao i iskustvo koje nudi gostima.

Analizom preferencija gostiju i trendova na tržištu vina, kao i identificiranjem ključnih elemenata koji odražavaju karakter vile, stvorena je osnova za dizajn etikete.

Konačni proizvod je bio personalizirana etiketa s logom koja je dodatno obogatila iskustvo gostiju vile. Etiketa je bila postavljena na bocu vina koje su gosti mogli isprobati, pružajući im autentičan doživljaj i dodatnu vrijednost njihovog boravka.

Dizajniranje i izrada personalizirane etikete s logom za vino vile zahtijeva pažljiv pristup koji odražava karakter vile i potrebe gostiju. Kroz ovaj praktični rad, pokazano je kako kombinacija istraživanja, funkcionalnosti i estetike može rezultirati vizualnim

elementom koji ne samo da dodaje vrijednost proizvodu, već i jača brend vile i stvara nezaboravno iskustvo za goste.

Slika 33.Izgled etikete za crno vino

Slika 34.Izgled etikete za bijelo vino

7. Zaključak

Kroz proces izrade vizualnog identiteta za Vilu Rusticu, uključujući dizajn loga i različitih promidžbenih materijala, demonstrirana je važnost pažljivo osmišljenog i konzistentnog vizualnog predstavljanja brenda. Ovaj rad pokazao je kako dobro dizajniran logo može postati simbol koji odražava suštinu i vrijednosti brenda, dok promidžbeni materijali igraju ključnu ulogu u komunikaciji s ciljanom publikom i u promociji usluga koje Vila Rustica nudi. Teorijski dio rada obuhvatio je ključne aspekte vizualnog dizajna, uključujući principe dobrog dizajna, psihologiju boja i tipografiju. Ovi elementi poslužili su kao temelj za praktičnu primjenu u procesu izrade loga i promidžbenih materijala. Kroz analizu i evaluaciju različitih faza dizajna, od inicijalnih skica do konačnih rješenja, prikazano je kako se kreativne ideje mogu razviti u efektivna vizualna rješenja koja komuniciraju jedinstvenost i kvalitetu brenda. Izrada promidžbenih materijala, poput šalice, vizitke, natpisne ploče, ručnici, personalizirano vino i izrada etikete, torbe za plažu i okvira, omogućila je dodatno istraživanje i primjenu vizualnih elemenata loga u različitim kontekstima. Svaki materijal je dizajniran s ciljem stvaranja konzistentnog i prepoznatljivog vizualnog identiteta, koji može efikasno komunicirati poruku brenda i privući pažnju potencijalnih klijenata. Evaluacija konačnih rješenja pokazala je da su dizajnerska rješenja uspješno prenijela autentičnost i ekskluzivnost Vile Rustice, te su pozitivno prihvaćena od strane ciljane publike. Predložene su i buduće prilagodbe i poboljšanja koja mogu dodatno unaprijediti marketinške aktivnosti i vizualnu komunikaciju brenda Zaključno, ovaj rad ističe važnost integracije kreativnih i tehničkih aspekata dizajna u izradi vizualnog identiteta brenda. Temeljito planiranje, istraživanje i stručno izvođenje dizajnerskih rješenja mogu značajno pridonijeti prepoznatljivosti i uspjehu brenda na tržištu. Vila Rustica sada ima snažan vizualni identitet koji će joj pomoći u daljnjem pozicioniranju i rastu na tržištu luksuznih turističkih destinacija.

8. Literatura

[1] Predavanja iz kolegija Grafički dizajn – izv.prof.art. dr.sc. Robert Geček, pred.

[2] Josipa Selthofer: Grafički dizajn tiskanog i digitalnog proizvoda, Osijek, 2022.

[3] Jana Žiljak Gršić, Morana Jugović, Ulla Leiner Maksan, Dizajn vizualnih komunikacija, Zagreb, 2022., Školska knjiga

[4] https://belina-studio.hr/graficki-dizajn-sve-sto-morate-znati/ (pristupljeno 26.4.2024.)

[5] Mario Tomiša, Marin Milković: Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2013.

[6] https://helpx.adobe.com/creative-cloud/how-to/photoshop-illustrator-indesign-overview.html (pristupljeno 19.4.2024.)

[7] https://marketingfancier.com/graficki-dizajn-dizajner/ (pristupljeno 4.5.2024.)

[8] https://www.h1-design.hr/graficki-dizajn-zasto-je-graficki-dizajn-vazan/ (pristupljeno 4.5.2024.)

[9] https://dizajn.hr/blog/graficki-dizajn/ (pristupljeno 1.5.2024.)

[10] Milec Z., Tomiša M., Vusić D.: Analiza osnovnih elemenata vizualnog identiteta superjunaka, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2011.

[11] Igor Zjakić, Marin Milković: Psihologija boja, Veleučilište u Varaždinu, 2010.

9. Popis slika

Slika 1.Poznati hrvatski logoi 9
Slika 2. Popularni automobilski logotipi 10
Slika 3. Popularni modni logotipi 10
Slika 4. Popularni logotipi hrane 10
Slika 5. Popularni internetski logotipi 10
Slika 6.Poznate tvrtke podijeljene prema bojama 11
Slika 7.Prvi prijedlog loga 12
Slika 8.Drugi prijedlog loga 12
Slika 9.Treći prijedlog loga 13
Slika 10.Četvrti prijedlog loga 13
Slika 11.Odabrani logo 14
Slika 12.Početna slova za logo 14
Slika 13.Uređivanje slova pomoću Pen Tool-a 15
Slika 14.Dodavanje elemenata pomoću Rectangle Tool-a 15
Slika 15.Uređivanje elemenata pomoću Curvature Tool-a 16
Slika 16.Kopiranje već izrađenog elementa 16
Slika 17.Ponovno kopiranje već izrađenog elementa 17
Slika 18.Ponovno kopiranje već postojećeg elementa 17
Slika 19.Grupiranje svih elemenata 18
Slika 20.Prva verzija loga u logo brendiranju 20
Slika 21.Druga verzija loga u logo brendiranju 20
Slika 22.Treća verzija loga u logo brendiranju 20
Slika 23.Četvrta verzija loga u logo brendiranju 21
Slika 24.Boje korištene u logo brendiranju 21
Slika 25.Sve verzije loga u logo brendiranju 22
Slika 26.Izgled natpisne ploče van vile 23
Slika 27.Izgled natpisne ploče na vili 24
Slika 28.Izgled personalizirane šalice 24
Slika 29.Izgled personalizirane torbe za plažu 25
Slika 30.Izgled personaliziranih ručnika 26
Slika 31.Izgled personalizirane vizitke 27
Slika 32.Izgled personaliziranog okvira 28
Slika 33.Izgled etikete za crno vino 29
Slika 34.Izgled etikete za bijelo vino 29

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, TIHANA LAKTAŠ *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom IZRADA VIZUALNOG IDENTITETA ZA VILU RUSTICU *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Tihana Laktaš
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, TIHANA LAKTAŠ *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom IZRADA VIZUALNOG IDENTITETA ZA VILU RUSTICU *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Tihana Laktaš
(vlastoručni potpis)