

Primjena vektorske grafike prilikom izrade vizualnog identiteta fiktivne tvrtke "Sparkle Nails Studio"

Slunjski, Snježana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:281571>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-30**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





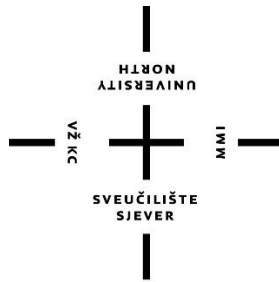
Sveučilište Sjever

Završni rad br. 899/MM/2024

Primjena vektorske grafike prilikom izrade vizualnog identiteta fiktivne tvrtke "Sparkle Nails Studio"

Snježana Slunjski, 0336052153

Varaždin, rujan 2024. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 899/MM/2024

Primjena vektorske grafike prilikom izrade vizualnog identiteta fiktivne tvrtke "Sparkle Nails Studio"

Student

Snježana, 0336052153

Mentor

Anja Zorko, mag. ing. techn. graph

Varaždin, rujan 2024. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

| | | | |
|-------------|--|--------------|------------------|
| ODJEL | Odjel za multimediju | | |
| STUDIJ | Prije diplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena | | |
| PRISTUPNIK | Snježana Slunjski | MATIČNI BROJ | 0336052153 |
| DATUM | 30.8.2024. | KOLEGIJ | Grafički alati 1 |
| NASLOV RADA | Primjena vektorske grafike prilikom izrade vizualnog identiteta fiktivne tvrtke "Sparkle Nails Studio" | | |

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Application of vector graphics when creating the visual identity of the fictitious company "Sparkle Nails Studio"

MENTOR Anja Zorko, mag. ing. techn. graph ZVANJE predavač

| ČLANOVI POVJERENSTVA | |
|----------------------|--|
| 1. | dr. sc. Snježana Ivančić Valenko, v. pred. - predsjednik |
| 2. | doc. dr. sc. Marko Morić - član |
| 3. | Anja Zorko, mag. ing. techn. graph., pred. - mentor |
| 4. | doc. dr. sc. Marko Čačić - zamjenski član |
| 5. | |

Zadatak završnog rada

BROJ 899/MM/2024

OPIS
U ovom završnom radu istražiti će se primjena vektorske grafike u izradi vizualnog identiteta fiktivne tvrtke "Sparkle Nails Studio", s posebnim naglaskom na dizajn logotipa i znaka. Korištenjem Adobe Illustratora, rad će obuhvatiti izradu više inačica logotipa kako bi se stvorio prepoznatljiv i fleksibilan vizualni identitet. U sklopu istraživanja provest će se anketa kako bi se prikupile povratne informacije o dizajnerskim rješenjima, što će omogućiti bolje razumijevanje percepcije ciljanog tržišta i dodatno unapređenje konačnog dizajna.

U radu je potrebno:

- objasniti pojmove grafički dizajn, vektorska grafika, vizualni identitet, logo, znak
- analizirati proces dizajna logotipa i znaka pomoću vektorske grafike
- izraditi više inačica logotipa i znaka za "Sparkle Nails Studio" koristeći Adobe Illustrator
- provesti anketu među ciljanim korisnicima radi prikupljanja povratnih informacija o dizajnu
- evaluirati rezultate ankete i prilagoditi dizajn na temelju povratnih informacija
- prikazati primjenu završnog rješenja logotipa i znaka, uz obrazloženje odabranih dizajnerskih odluka

ZADATAK URUČEN 30.08.2024



POTPIS MENTORA

Zorko Anja

Predgovor

Ovim putem želim izraziti iskrenu zahvalnost svima koji su me podržavali tijekom studiranja i izrade ovog završnog rada.

Prije svega, moje veliko hvala ide mojoj mentorici, mag. ing. techn. graph. Anji Zorko. Vaša stručnost, nesebična podrška, strpljenje i savjeti bili su neprocjenjivi u izradi ovog završnog rada. Hvala Vam što se uvijek bili spremni pomoći, što ste mi s velikom pažnjom pristupali te me usmjeravali svojim korisnim savjetima i iskustvom.

Također, posebno hvala mojoj obitelji i najbližima, koji su uvijek vjerovali u mene i moje ciljeve, bili moj oslonac kroz sve izazove koji su me s vremenom stizali. Želim se zahvaliti i prijateljima, na svakoj poruci podrške i savjetima prilikom izrade ovog rada.

Svi vi, na ovaj ili onaj način, dali ste mi vjetar u leđa, i zbog toga vam od srca hvala.

Sažetak

Ovaj završni rad istražuje primjenu vektorske grafike u procesu izrade vizualnog identiteta za fiktivni salon „Sparkle Nails Salon“. Cilj rada je prikazati kako vektorska grafika može poboljšati kvalitetu i fleksibilnost elemenata kao što su posjetnica, logotip, različite verzije logotipa, poklon bona i cjenika.

Prvi dio rada obuhvaća teorijski dio o vektorskoj grafici, njezinim prednostima te važnosti u dizajnu vizualnog identiteta. Drugi dio rada će biti posvećen praktičnom radu s primjenom vektorske grafike, uključujući proces dizajniranja i izrade elemenata vizualnog identiteta. Kroz praktični dio ovog završnog rada biti će izrađen logotip te njegove verzije, posjetnica, cjenik i poklon bon.

Nakon izrade samog logotipa, provest će se anketa sa studentima Sveučilišta Sjever. Ciljana skupina studenata biti će studenti prve, druge i treće godine prijediplomskog studija te studenti četvrte i pete godine, diplomskog studija, kako bi dobili povratnu informaciju o njihovom znanju kojeg su stekli o grafičkom dizajnu te vizualnom identitetu.

KLJUČNE RIJEČI: vizualni identitet, vektorska grafika, logotip, Adobe Illustrator, grafički dizajn

Summary

This final thesis investigates the application of vector graphics in the process of creating a visual identity for the fictitious salon "Sparkle Nails Salon". The goal of the work is to show how vector graphics can improve the quality and flexibility of elements such as business cards, logos, different versions of logos, gift vouchers and price lists.

The first part of the paper includes the theoretical part about vector graphics, its advantages and importance in visual identity design. The second part of the work will be devoted to practical work with the application of vector graphics, including the process of designing and creating visual identity elements. Through the practical part of this final work, a logo and its versions, a business card, a price list and a gift voucher will be created.

After creating the logo itself, we will conduct a survey with the students of the University of the North. The target group of students will be first-, second- and third-year undergraduate students and fourth- and fifth-year graduate students, in order to receive feedback on their knowledge of graphic design and visual identity.

KEYWORDS: visual identity, vector graphics, logo, Adobe Illustrator, graphic design

Popis korištenih kratica

CDR (CoreIDRAW)

EPS (Encapsulated Postscript)

SVG (Scalable Vector Graphic)

AI (Adobe Illustrator Artwork File)

PDF (Portable Document Format)

Sadržaj

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Uvod..... | 1 |
| 2. | Grafički dizajn..... | 2 |
| 2.1. | Vizualni identitet..... | 4 |
| 2.2. | Vektorska grafika..... | 5 |
| 2.2.1. | <i>Adobe Illustrator</i> | 6 |
| 2.2.2. | <i>Inkscape</i> | 6 |
| 2.2.3. | <i>Sketch</i> | 7 |
| 2.2.4. | <i>CoreIDRAW</i> | 7 |
| 3. | Praktični dio..... | 8 |
| 3.1. | Logotip..... | 8 |
| 4. | Anketno istraživanje..... | 11 |
| 4.1. | Metoda istraživanja..... | 11 |
| 4.2. | Rezultati istraživanja..... | 12 |
| 4.2.1. | <i>Općenita pitanja</i> | 12 |
| 4.2.2. | <i>Opći logotip</i> | 14 |
| 4.2.3. | <i>Znak</i> | 16 |
| 4.2.4. | <i>Horizontalni logotip</i> | 18 |
| 4.2.5. | <i>Vertikalni logotip</i> | 20 |
| 4.2.6. | <i>Ukupan dojam</i> | 21 |
| 5. | Redizajn logotipa na temelju povratnih informacija..... | 23 |
| 5.1. | Prikaz primjene loga na tiskanim materijalima..... | 25 |
| 6. | Zaključak..... | 29 |
| 7. | Literatura..... | 30 |
| 8. | Popis slika..... | 32 |

1. Uvod

Vizualan identitet je ključan prilikom izrade svakog brenda jer omogućuje prepoznatljivost i pozicioniranje na tržištu. U suvremenom dizajnu, vektorska grafika ima važnu ulogu zahvaljujući svojim karakteristikama kao što su skalabilnost, fleksibilnost te kvaliteta prikaza.

Ovaj završni rad istražuje primjenu vektorske grafike u izradi vizualnog identiteta, s posebnom pažnjom na praktične radove posjetnica, logotipa, cjenika i poklon bona. Vektorska grafika u odnosu na rastersku grafiku, omogućuje beskonačno skaliranje bez gubitka na kvaliteti, te je upravo zato idealna za izradu vizualnog identiteta kako bi se isti mogao primijeniti na različite veličine i materijale.

Cilj ovog završnog rada je istražiti teoriju vektorske grafike i koje su njezine prednosti u dizajnu te prikazati njezinu praktičnu primjenu kroz tiskane materijale. Prvi dio rada će biti orijentiran na teorijski pregled grafičkog dizajna, vektorske grafike i aplikacija koje se koriste. Dok će drugi dio rada biti praktične prirode, gdje će se raditi dizajn logotipa, posjetnica, cjenika i poklon bona koristeći vektorsku grafiku.

Nakon izrade logotipa radit će se anketa sa studentima Sveučilišta Sjever na prijediplomskom i diplomskom stručnom studiju Multimedije prilikom koje će se ispitati njihovo mišljenje o dizajnu, njegovoj kvaliteti, bojama, tipografiji...

2. Grafički dizajn

Povijest grafičkog dizajna dopire od najranijih oblika vizualne komunikacije. Počevši od pećinskih crteža i piktograma koji su prenosili informacije i priče prije razvoja pisanog jezika. Pronađeni su u različitim dijelovima svijeta, a sastojali su se od jednostavnih crteža koji su predstavljali pojmove. [1]

Grafička umjetnost napredovala je izumom hijeroglifa koji su pričali priče o faraonima i bogovima u starom Egiptu te kasnijim iluminiranim rukopisima u srednjem vijeku koji su ukrašavali vjerske tekstove, a služili su kao dokumenti. Tiskarski stroj kojeg je Johannes Gutenberg izumio u 15. stoljeću, omogućio je proizvodnju knjiga u velikim količinama, zbog čega je grafički dizajn postao neophodan za širenje ideja i znanja. Tijekom tog vremena značajan je bio i razvoj fontova i standardizacija tipografije. [1]

Moderni grafički dizajn bio je pod velikim utjecajem pokreta poput Art Nouveau i Bauhauusa u kasnom 19. i ranom 20. stoljeću. Dok se Bauhaus usredotočio na korisnost i estetiku u dizajnu, povezujući umjetnost, zanatstvo i tehnologiju, poput Art Nouveau je uključivala dekorativne značajke i inventivne koncepte dizajna u reklamama i plakatima. Ti su pokreti postavili temelje za suvremeni grafički dizajn, koji se koristi za umjetničko izražavanje, vizualnu komunikaciju i oglašavanje u nizu medija. [1]

Grafički dizajn je vrsta umjetnosti koja je oblikovana fotografijama, tipografijom, ilustracijama te tiskom na način da se publici prenese informacija. Danas je sveprisutan oko nas, gdje god se okrenuli i stoga je bitno naučiti na koji način on komunicira s publikom. Različiti produkti grafičkog dizajna su plakati, kutije, razne mobilne aplikacije, pozivnice, posjetnice... Svaki od vizualnih elemenata može biti jednostavan ili pak suprotno, složen.

Grafički elementi i načela dizajna su boja, linija, oblik, prostor, tekstura, tipografija, mjerilo, dominacija, naglasak i ravnoteža. Svi su oni temelj dizajna za prijenos poruke. [2]

Osnovni principi grafičkog dizajna su: kontrast, ravnoteža, naglasak, ponavljanje, proporcije, hijerarhija i prazan ili negativan prostor. Kontrast je jedno od najvažnijih načela grafičkog dizajna jer nam pomaže da razlikujemo elemente s ciljem privlačenja pozornosti gledatelja. Svijetla boja teksta na tamnoj pozadini rezultira boljom čitljivošću i vidljivošću. [3]



KONTRAST

LOŠ KONTRAST



KONTRAST

DOBAR KONTRAST

Slika 1. Loš i dobar kontrast, izvor: autor

Ravnoteža u grafičkom dizajnu odnosi se na raspored elemenata kako bi dobili uravnoteženu skladnu kompoziciju s lijeve i desne strane. Postoje dvije vrste ravnoteže: simetrična i asimetrična. Simetrična ravnoteža predstavlja dizajn koja ima obje strane iste ili vrlo slične, kao u ogledalu. Asimetrična ravnoteža predstavlja dizajn čija lijeva i desna strana su nejednake, različite, ali su i dalje uravnotežene. Naglasak u grafičkom dizajnu odnosi se na redoslijed elemenata i njihovu važnost. Cilj je skrenuti pozornost gledatelja na najvažniji element koji želimo da vide prvo. Ponavljanje je princip u grafičkom dizajnu kojim želimo postići prepoznatljivost tvrtke. Možemo ponavljati font, oblik, boju...[3]

Proporcije su načelo koje se odnosi na veličinu pojedinih elemenata. Veći elementi su više vidljiviji od manjih te se na taj način ističe njihova važnost. Hijerarhija je načelo kojim ističemo najvažnije elemente. „Prazan ili negativan prostor se odnosi na prazni dio kompozicije u kojem nema grafičkih elemenata. „, [3]

Grafički dizajn u vizualnom identitetu fokusiran je na vizualne elemente koji čine brend s ciljem komunikacije kroz oblike, boju i tipografiju. Grafički dizajneri su osobe koje stvaraju elemente poput palete boja, tipografije, ilustracija, logotipa kako bi izradili i predstavili marku. [2]

2.1. Vizualni identitet

Vizualni identitet je dizajnersko rješenje, kombinacija grafičkih simbola i riječi koji vizualno predstavlja uslugu, tvrtku, ili proizvod. Vizualni identitet uključuje promotivne materijale, izgled prostora, cjelokupni izgled tvrtke, vizualne elemente kao što su logotip, posjetnica, cjenik i slično. Vizualni identitet je način na koji tvrtka izražava svoje osobnosti, prednosti i vrijednosti. [5] Vizualni identitet za cilj ima stvoriti i podići svijest o brendu među klijentima. Dobar vizualni identitet čine originalnost, pamtljivost i prepoznatljivost. [6] Igra ključnu ulogu u prepoznavanju i predstavljanju brenda široj publici kako bi bio prepoznatljiv i razlikovao se od konkurencije na tržištu.

Snažan vizualni identitet mora biti originalan i postojan, ali i:

- biti autentičan,
- biti različit,
- biti dosljedan,
- biti fleksibilan,
- imati značenje,
- stvoriti dodatnu vrijednost. [7]

Elementi dobrog vizualnog identiteta su:

- logo,
- boja,
- tipografija,
- fotografija,
- grafika, ilustracije i ikone. [8]

Logo je vizualni znak koji odražava brend, ono tko smo i čime se bavimo. Logo mora biti jasan i jednostavan za prepoznavanje. Sastavljen je od teksta i/ili slika koje nam pomažu prepoznati brend. Ključni elementi logotipa su tipografija, slike i boja. [9]

Boja je element koji izaziva kod svakog čovjeka drugačiju reakciju, jer svi imamo različitu percepciju boje. Prilikom dizajniranja bitno je ograničiti paletu boja. Izbor boje određuje osobnost i vrijednost brenda. „Tipografija je umjetnost i tehnika aranžiranja kako bi pisani jezik bio čitljiv, i privlačan kada se prikazuje.“ [9] Treba biti usklađen s misijom i vrijednostima brenda.

2.2. Vektorska grafika

Vektorska grafika, poznata još i kao „*lossless graphics*“ je vrsta grafike koja se temelji vektorima. Svaki od vektora ima svoju početnu i završnu točku, smjer i duljinu. Također, ukoliko je zakrivljen, sadrži točke koje definiraju krivulje. [10] Njome se mogu izrađivati različiti geometrijski oblici, a isti se mogu povećavati ili smanjivati bez gubitka na kvaliteti. [11] Upravo stoga je vektorska grafika odabrana za izradu cijelog vizualnog identiteta koji će sadržavati grafičke proizvode različitih materijala.

Vektorska grafika ima i svoje prednosti, a to su skalabilnost, preciznost, manja veličina datoteke. Jedna od najvažnijih prednosti vektorske grafike je skalabilnost. Mogućnost vektorske grafike da se povećava ili smanjuje bez gubitka na kvaliteti kako bi se mogle koristiti u bilo kojoj veličini i na bilo kojoj površini bez ikakvog izobličenja. [12]

Manja veličina datoteka kod vektorske grafike rezultira manjom veličinom datoteke. Također, slike koje se koriste na webu moraju biti male kako bi se brže učitale i pružale dobro korisničko iskustvo. Zauzimaju manje mjesta na tvrdim diskovima, ali i oblaku. [12]

Najpoznatiji vektorski formati su:

- CDR (*CorelDRAW*) format pohranjuje vektorsku datoteku kao digitalnu sliku kodiranu i komprimiranu tako da ih korisnici mogu otvarati ili uređivati u programu,
- EPS (*Encapsulated Postscript*) format , sadrži sliku koja se sastoji od bitmapnih i vektorskih podataka, gdje se vektorske informacije mogu uređivati pomoću softvera,
- SVG (*Scalable Vector Graphic*) je format vektorske grafike koji sadrži slike temeljene na XML-u prikazuju dvodimenzionalnu grafiku,
- AI (*Adobe Illustrator Artwork File*) je format za datoteku izrađenu u programu Adobe sustava za tiskane medije i logotipe, ograničene sintakse,
- PDF (*Portable Document Format*) je format za razmjenu dokumenata kao što su letci, brošure ili neki drugi materijale gdje se dizajni više ne mijenjaju. [12]

Najpoznatiji program za izradu vektorske grafike je *Adobe Illustrator*, dok postoje i ostali kao što su *Inkscape*, *Affinity Designer* i *Sketch* te *CorelDRAW* .

2.2.1. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator je program za izradu vektorske grafike (crteža, ilustracija,..). Koriste ga grafički i web dizajneri, umjetnici, ilustratori za stvaranje visokokvalitetnih djela. Koristi se za stvaranje logotipova, ilustracija, ocrtavanje objekata na fotografijama. [13]

Također, koristi se za dizajn brošura, posjetnica te drugih promotivnih materijala, ali i kreiranje elemenata za web kao što su ikone, gumbi te grafika. Prednosti koje omogućuje su skalabilnost, znači da vektorsku grafiku možemo povećavati i smanjivati bez gubitka kvalitete koliko god želimo. Nedostatak je da se plaća na mjesečnoj razini.



Slika 2. Adobe Illustrator, izvor: autor

2.2.2. Inkscape

Inkscape je besplatni program otvorenog koda za manipuliranje i stvaranje vektorske grafike. Koristi se za stvaranje i uređivanje slika u različitim formatima prikladnim za ispis i korištenje na webu. „Vrlo je sličan gore navedenom Adobe Illustratoru te koristi SVG (Scalable Vector Graphics) format. Izvorni format Inkscapea je SVG, ali može otvarati i druge datoteke kao što su PDF, JPG, GIF i PNG. Ime programa sastoji se od dvije riječi, a to su *Ink* (tinta) i *scape* (pogled). „ [14]

2.2.3. Sketch

Sketch je program za izradu vektorske grafike dizajniran s ciljem stvaranja ikona, suradnji s drugim članovima i modificiranjem tipografije. Omogućuje povratne informacije o dizajnu, izvoz podataka, upravljanje projektima... [15]

2.2.4. CoreIDRAW

CoreIDRAW je profesionalni softver za grafički dizajn koji je podržan za Mac/ Windows računala. Omogućuje izradu jednostavnih ilustracija, logotipa te drugih željenih dizajna, npr. izgled stranice. Također, omogućuje surađivanje s klijentima i kolegama prikupljajući povratne informacije u stvarnom vremenu. [16]

Mnogi profesionalni koriste ga za izradu identiteta robnih maraka, koriste za različite ispise (tisak velikog formata), izradu i ispis dizajna za modnu industriju, itd... Sadrži moćne alate za izradu vektorske grafike, alate za izradu tiskanih materijala, sadrži set alata za tipografiju, omogućuje uređivanje fotografija. [16]

3. Praktični dio

Praktični dio ovog završnog rada će se sastojati od izrade logotipa za primjenu na raznim veličinama, znaka, posjetnica, cjenika te poklon bona za fiktivnu tvrtku „Sparkle Nails Studio“.

Budući da se radi o fiktivnoj tvrtki te se vizualni identitet radi od same nule, želimo postići sljedeće osjećaje kod korisnika kada prvi put vidi logotip, ali i tiskane materijale, a to su: elegancija, moderno, prijateljski, ženstveno i kreativno.

3.1. Logotip

Svaki vizualni identitet započinje kreiranjem loga. Logo je slika koja predstavlja tvrtku, ponudu ili proizvod. Postoji nekoliko vrsta logotipa, a to su:

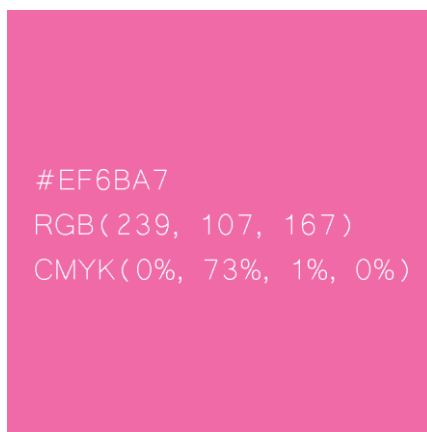
- simbol (piktogram),
- tekstualni logotip i monogram,
- tipografski logotip ili wordmark,
- amblemi,
- maskota,
- kombinirani logotip. [17]

Cilj logotipa je promoviranje i vizualno predstavljanje tvrtke na lak i prepoznatljiv način.

Jedan od najvažnijih komponenti grafičkog dizajna je boja, a odabir prave pomaže istaknuti dizajn. Psihologija tvrdi da boje mogu imati značajan utjecaj na osjećaje i raspoloženja, stoga je ključno uzeti vrijeme za njihov odabir. Važna je kako bi tvrtka prenijela svoju osobnost i vrijednost.

Odabir tipografije, također je jedan od koraka prilikom izrade vizualnog identiteta. Često je prva stvar koju primjećujemo kada je dizajn u pitanju. Dizajner mora prilikom odabira fonta zaključiti je li on za tvrtku ili nije, odnosno odgovara li joj.

Prilikom izrade loga za fiktivnu tvrtku, bilo je potrebno odabrati boju koja bi ju najbolje opisivala. Odabrana je ružičasta boja (vidi: *slika 3. Boja logotipa*) iz razloga jer se smatra romantičnom, razigranom i ženstvenom bojom, potiče osjećaje nježnosti i ljubavi, ali i asocira na djecu. Također, djeluje umirujuće i sugerira sigurnost te predstavlja nadu. Kada se radi o jarkim nijansama, daje osjećaj dinamičnosti i živahnosti. [18]

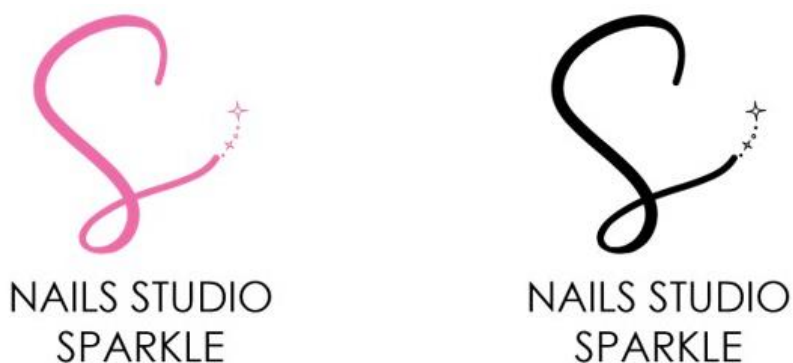


Slika 3. Boja logotipa, izvor: autor

Font za slovo S je: Monallesia Script, a ostatak naziva je Paul Signature. Za tiskana slova odabran je font: Century Gothic. Font Monallesia Script odabran je za slovo S iz razloga jer elegantan font, rukopisnog stila kojim se željelo istaknuti ključni element u logotipu. Što, također odražava i prikladno je za studio za nokte. Font Paul Signature je korišten iz razloga jer je rukopisni font, no nešto je jednostavniji u odnosu na prethodni font. Daje miran i prijateljski izgled. Font Century Gothic je sans-serif font korišten za tiskana slova, čitljiv je budući da ga krasi karakteristike povećana x-visina i geometrijski stil i ima čiste linije.[19]



Slika 4. Znak, izvor: autor



Slika 5. Vertikalni logotip, izvor: autor



Slika 6. Horizontalni logotip, izvor: autor



Slika 7. Opći logotip, izvor: autor

4. Anketno istraživanje

U sklopu završnog rada izrađen je anketni upitnik s ciljem poboljšanja vizualnog identiteta salona za nokte. Provedena je anketa među studentima prve, druge i treće godine studija kako bi se prikupile povratne informacije o dizajnu logotipa te njegovih verzija. Anketni upitnik je osmišljen kako bi se procijenilo koliko dobro elementi dizajna odgovaraju očekivanjima i preferencijama studenata s različitim razinama znanja i potencijalnih klijenata.

Svrha anketnog upitnika je dobiti uvid u percepciju i zadovoljstvo vizualnim identitetom salona za nokte. Putem upitnika nastojalo se saznati koliko su vizualni elementi privlačni i prepoznatljivi, lako pamtljivi, koje osjećanje potiču, je su li svi elementi jasno vidljivi i čitljivi, odgovaraju li ravnoteže i proporcije, odgovara li boja brendu, kako verzije logotipa funkcioniraju u različitim kontekstima te koja su moguća poboljšanja vizualnog identiteta.

4.1. Metoda istraživanja

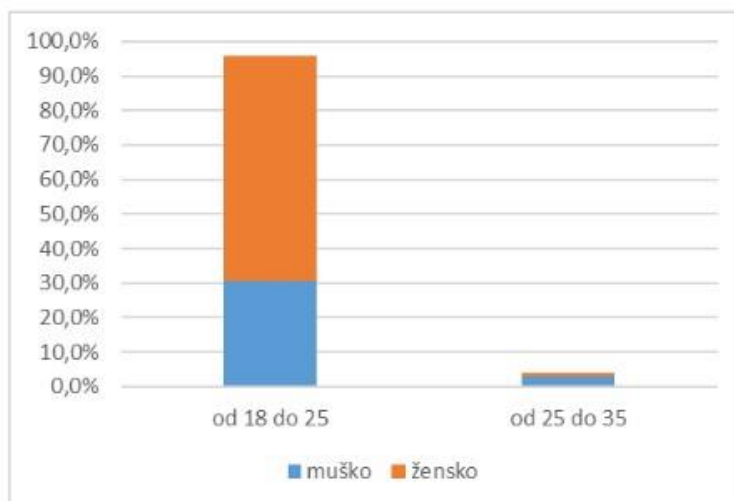
Anketni upitnik je proveden putem online Google obrasca tijekom razdoblja od dva tjedna. Sudjelovalo je ukupno 72 ispitanika, studenti prve, druge i treće godine prijediplomskog studija Multimedija, oblikovanje i primjena. Sudionici, studenti su svojim razinama znanja i iskustva pružili različite savjete, primjedbe i sugestije. Studenti prve godine, koji tek ulaze u svijet dizajna, te studenti treće godine, koji imaju više iskustva, znanja i razumijevanja dizajnerskih principa. Anketa se sastojala od niza pitanja s jednostrukim odgovorom, skale s ocjenom od 1 do 5 te pitanja.

4.2. Rezultati istraživanja

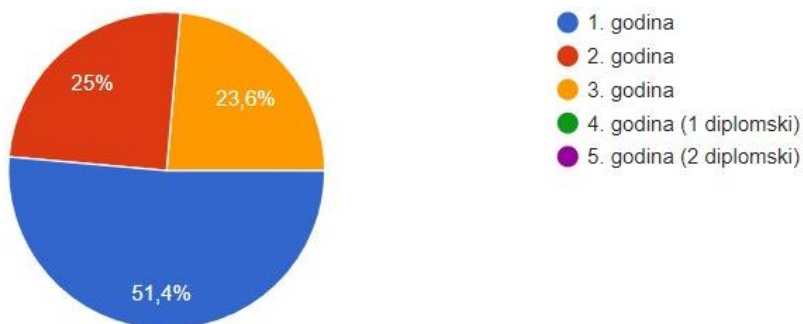
4.2.1. Općenita pitanja

Anketni upitnik je ispunilo 95,8 % studenata, između 18 do 25 godina, te 4,2 % studenata od 25 do 35 godina. Nema ispitanika mlađih od 18 godina te starijih od 35. Od čega je 66,7 % ispitanika ženskog spola, te 33,3 % muškog spola.

| | mušl | žensl | UKUP |
|---------------|--------------|--------------|-------|
| manje od 18 | - | - | - |
| od 18 do 25 | 30,6% | 65,3% | 95,8% |
| od 25 do 35 | 2,8% | 1,4% | 4,2% |
| od 35 do 40 | - | - | - |
| od 40 do 55 | - | - | - |
| od 55 do 65 | - | - | - |
| više od 65 | - | - | - |
| UKUPNO | 33,3% | 66,7% | |

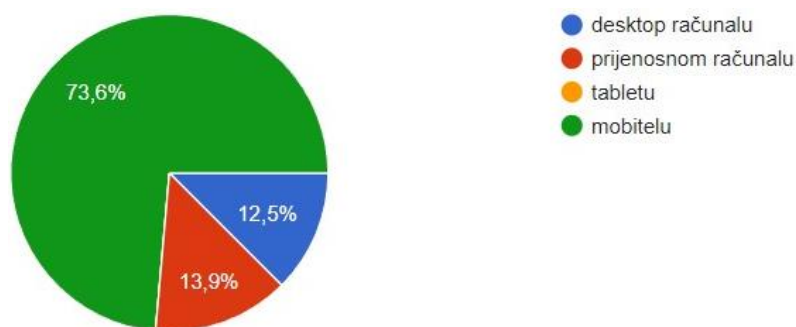


Slika 8. Distribucija spolova po starosnim grupama, izvor: autor



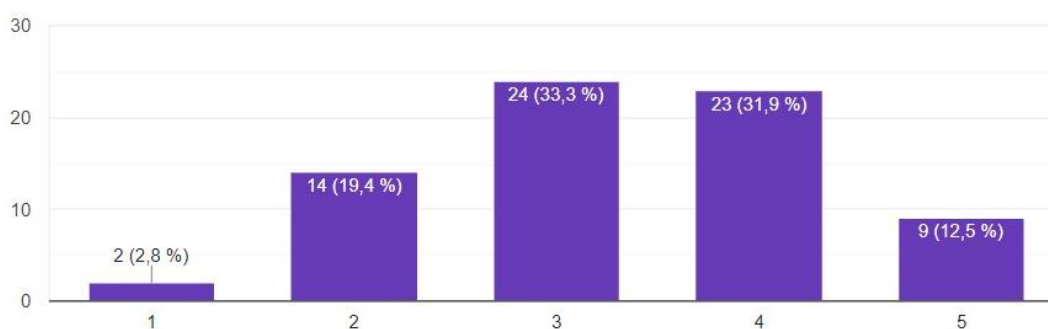
Slika 9. Koja ste godina studija?, izvor: autor

Anketni upitnik je ispunilo 51,4 % studenata prve godine studija, 25% druge godine te 23,6 % studenata treće godine studija. Četvrta i peta godina nisu sudjelovale u ovome istraživanju.



Slika 10. Na kojem uređaju rješavate anketu, izvor: autor

73,6 % ispitanika je anketu rješavalo na mobitelu, 13,9 % na prijenosnome računalu te 12,5 % na desktop računalu, dok putem tablet uređaja nije pristupio ni jedan od ispitanika.



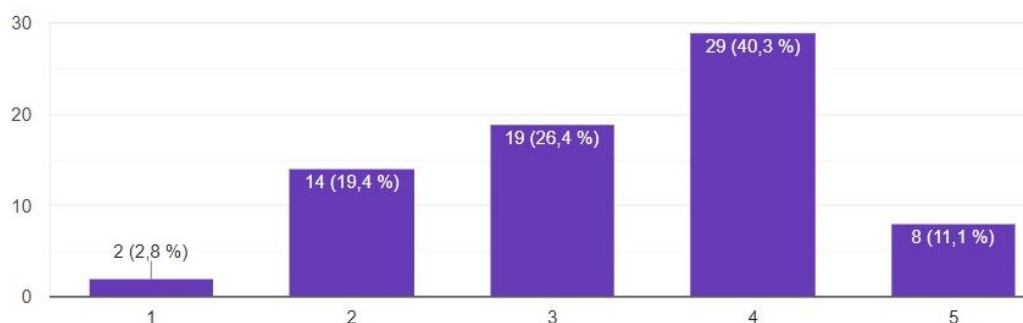
Slika 11. Kako biste ocijenili svoje iskustvo u području grafičkog dizajna, izvor: autor

Iskustvo u području grafičkog dizajna, 33,3 % ispitanika je ocijenilo ocjenom 3 (dobro), 31,9 % je svoje znanje označilo ocjenom 4 (vrlo dobro), 19,4 % je svoje znanje ocijenilo ocjenom 2 (loše), 12,5 % je ocijenilo ocjenom 5 (odlično, komercijalno se bavim time) a 2,8 % ispitanika smatra svoje iskustvo nedovoljnim.

4.2.2. Opći logotip



Slika 12. Opći logotip, izvor: autor



Slika 13. Koliko vam se sviđa dizajn općeg logotipa (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor

Na pitanje „Koliko vam se sviđa dizajn općeg logotipa“, 40,3 % ispitanika je ocijenilo ocjenom 4, 26,4 % ocjenom 3, 19,4 % ocjenom 2, 11,1 % ocjenom 5 (odlično, jako mi se sviđa), te 2,8% ocjenom 1 (jako loše, ne sviđa mi se).

Nakon analize prikupljenih podataka od strane sudionika, na pitanje „Što vam se najviše sviđa na logotipu?“, dobiveni su sljedeći rezultati. Ispitanicima se prema analizi najviše na logotipu sviđa/ju:

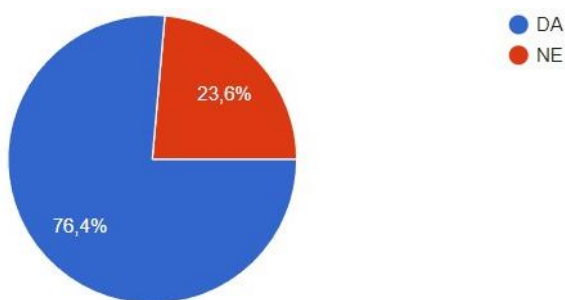
- Zvezdice – 20 ispitanika
- Font – 15 ispitanika
- Boja – 15 ispitanika

Ostali odgovori koji se ističu su: krivulje, *Barbie vibe*, elegantno, stil fonta. Ostali odgovori koji su navedeni su: zabavan, djevojački, ideja, jednostavnost, slatko, kaligrafija, jedinstvo, ime uklopljeno u dizajn te zaigranost.

Nakon analize prikupljenih podataka od strane sudionika, na pitanje „Postoji li nešto što biste promijenili kod prikazanog logotipa?“, dobiveni su sljedeći rezultati. Ispitanici prema analizi smatraju da bi se trebale raditi sljedeće promjene:

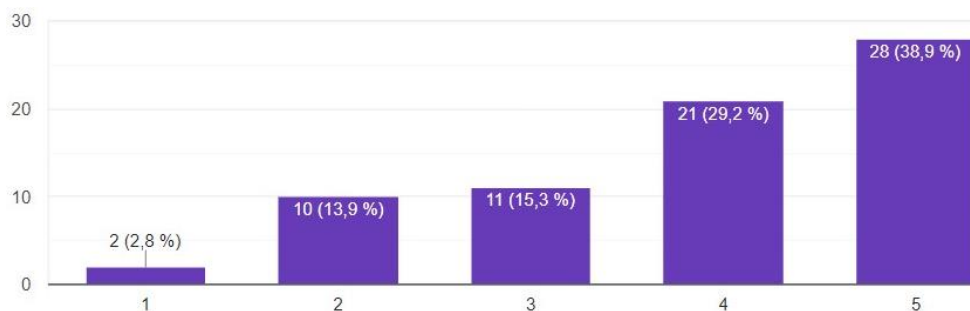
- Font – 10 ispitanika
- Boja – 10 ispitanika
- Smanjiti slovo S – 20 ispitanika
- Promjene na zvjezdicama – 11 ispitanika
- Dodati ilustraciju – 3 ispitanika

Ostali odgovori koji su navedeni su: ne, promjene na slovu S (boja, drukčiji font), povećati slova, staviti obrub, pojednostaviti, ...



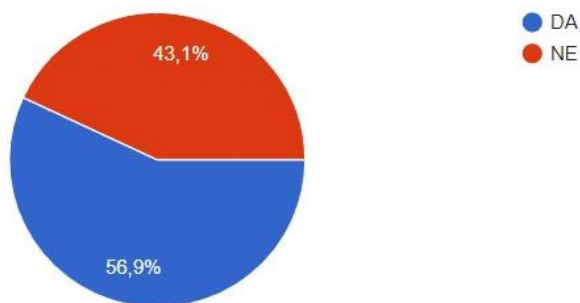
Slika 14. Smatrate li da je prikazani logotip lako pamtljiv?, izvor:autor

Čak 76,4 % ispitanika smatra da je prikazani logotip lako pamtljiv, dok njih 23,6% smatra da nije.



Slika 15. Kako biste ocijenili odabir boje logotipa, izvor:autor

38,9 % ispitanika odabir boje ocjenjuje sa odlično, jako mi se sviđa, potom njih 29,2 % kao vrlo dobro, 15,3 % odabir boje je dobar, 13,9 % ne sviđa im se dovoljno, te 2,8 % ocjenjuje odabir boje sa jako loše, uopće im se ne sviđa.



Slika 16. Smatrate li da boja logotipa odražava osjećaj elegancije i profesionalnosti?, izvor: autor

56,9 % ispitanika smatra da boja logotipa odražava osjećaj elegancije i profesionalnosti, dok njih 43,1 % smatra da ne.

Na pitanje „Koje osjećaje u vama potiče prikazani logotip? (npr. Luksuzno, moderno, prijateljski, itd.)“, dobiveni su sljedeći rezultati:

- prijateljski – 19 ispitanika,
- dječje – 13 ispitanika,
- ženstvenost – 9 ispitanika,
- zaigrano – 6 ispitanika,
- dodati ilustraciju – 3 ispitanika.

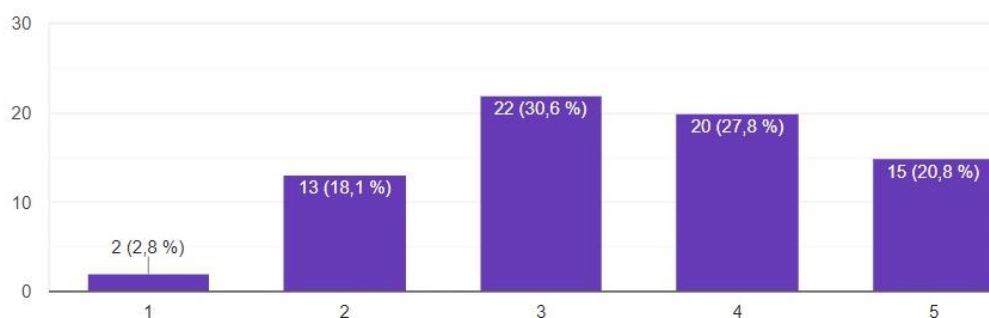
Ostali odgovori koji se ističu su: elegantno, zabavno, kreativno, moderno, jeftino, nježno, zaigrano. Ostali odgovori koji su navedeni su: bajkovito, toplo, ugodno, nostalgичno...

4.2.3. Znak

Za potrebe ovog rada izrađen je znak i nekoliko inačica logotipa za primjene na različitim formatima i medijima. Znak je izrađen iz slova S, font: Monallesia Script te je pomoću Pencil Tool-a modificirana linija koja vodi prema zvijezdama, a one su izrađene uz pomoć Star Tool-a.



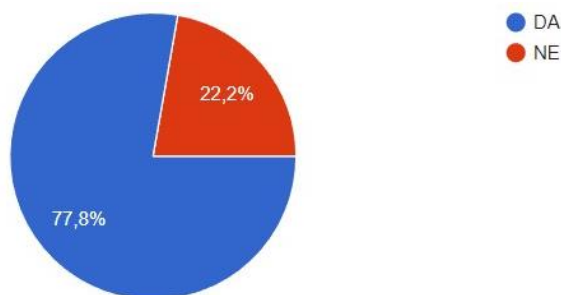
Slika 17. Znak, izvor: autor



Slika 18. Koliko vam se sviđa dizajn znaka (simbola)? (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor

Ispitanici su dizajn znaka ocijenili na sljedeći način:

- 20,8 % ispitanika znak smatra odličnim, jako im se sviđa
- 27,8 % ispitanika znak ocjenjuje dobrim, sviđa im se
- 30,6 % ispitanika znak ocjenjuje neutralno, niti im se sviđa niti ne sviđa
- 18,1 % ispitanika znak ocjenjuje sa prilično loše, ne sviđa im se
- 2,8 % ispitanika znak ocjenjuje sa jako loše, uopće im se ne sviđa



Slika 19. Smatrate li da je prikazani znak lako pamtljiv?. izvor: autor

77,8 % ispitanika smatra znak lako pamtljivim, dok 22,2 % smatra da nije pamtljiv.

Nakon analize prikupljenih podataka od strane sudionika, na pitanje „Što vam se najviše sviđa u dizajnu znaka?“ dobiveni su sljedeći rezultati. Prema analizi ankete, ispitanicima se kod dizajna znaka najviše sviđa/ju:

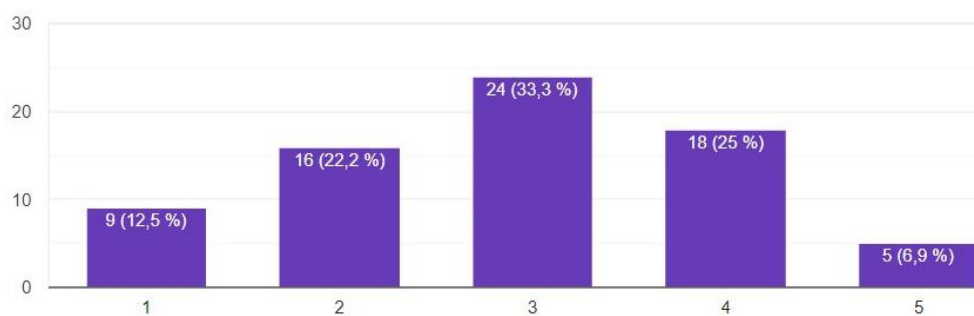
- Zvezdice – 19 ispitanika
- Asocijacija na oblik srca – 7 ispitanika
- Dizajn slova S – 7 ispitanika
- Boja – 4 ispitanika
- Jednostavnost – 4 ispitanika

Ostali odgovori koji se ističu su: detalji, ništa, linije. Ostali odgovori koji su navedeni su: efekt svjetlucanja, oblik, proporcije, elegancija, različite debljine u potezu, ništa, zavijenost, font, šljokice.

4.2.4. Horizontalni logotip



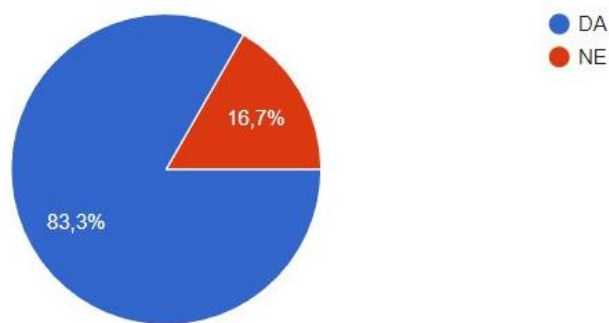
Slika 20. Horizontalni logotip, izvor: autor



Slika 21. Koliko vam se sviđa dizajn horizontalnog logotipa? (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor

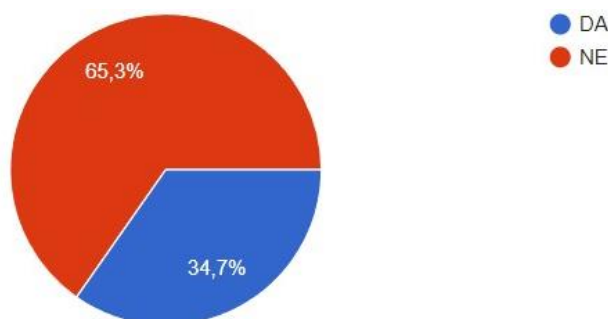
Ispitanici su dizajn horizontalnog logotipa ocijenili na sljedeći način:

- 6,9 % ispitanika znak smatra odličnim, jako im se sviđa
- 25 % ispitanika znak ocjenjuje dobrim, sviđa im se
- 33,3 % ispitanika znak ocjenjuje neutralno, niti im se sviđa niti ne sviđa
- 22,2 % ispitanika znak ocjenjuje sa prilično loše, ne sviđa im se
- 12,5 % ispitanika znak ocjenjuje sa jako loše, uopće im se ne sviđa



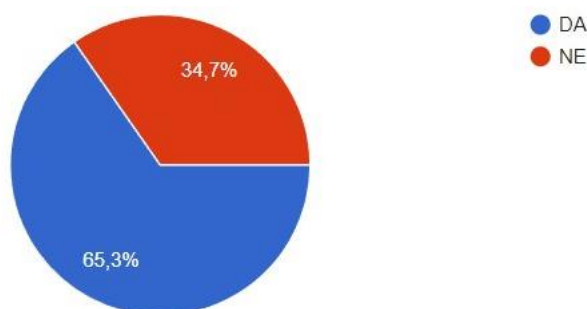
Slika 22. Da li su elementi horizontalnog logotipa jasno vidljivi i čitljivi?, izvor: autor

83,3 % ispitanika smatra sve elemente horizontalnog logotipa jasno vidljivim i čitljivim, dok 16,7 % smatra da nije.



Slika 23. Da li smatrate da horizontalni logotip ima dobru ravnotežu i proporcije?, izvor: autor

65,3 % ispitanika smatra da horizontalni logotip nema dobru ravnotežu i proporcije, dok 34,7 % smatra da nije.



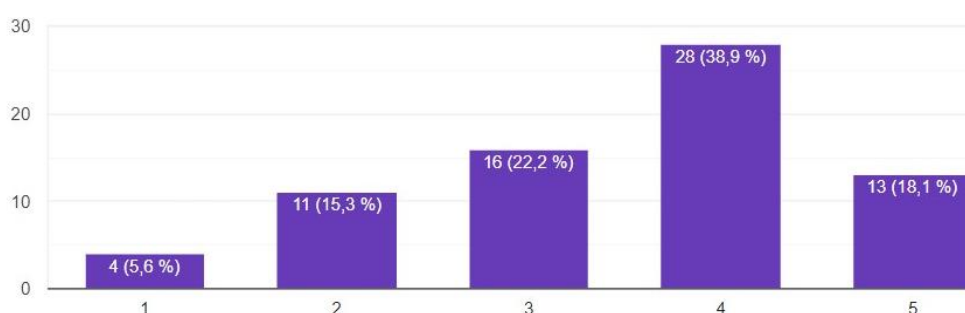
Slika 24. Da li smatrate da je horizontalni logotip prikladan za upotrebu na web stranicama i društvenim mrežama?, izvor: autor

65,3 % ispitanika smatra da je horizontalni logotip prikladan za upotrebu na web stranicama i društvenim mrežama, dok 34,7 % smatra da nije.

4.2.5. Vertikalni logotip



Slika 25. Izgled vertikalnog logotipa, izvor: autor



Slika 26. Koliko vam se sviđa dizajn vertikalnog logotipa (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor

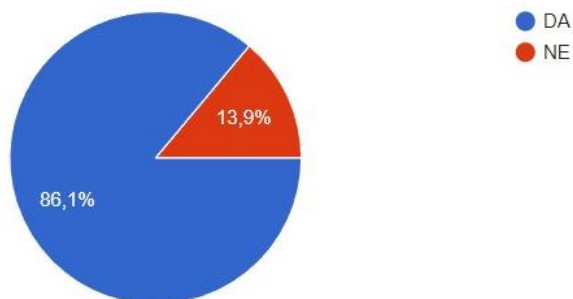
Ispitanici su dizajn vertikalnog logotipa ocijenili na sljedeći način:

- 18,1 % ispitanika znak smatra odličnim, jako im se sviđa
- 38,9 % ispitanika znak ocjenjuje dobrim, sviđa im se
- 22,2 % ispitanika znak ocjenjuje neutralno, niti im se sviđa niti ne sviđa
- 15,3 % ispitanika znak ocjenjuje sa prilično loše, ne sviđa im se
- 5,6 % ispitanika znak ocjenjuje sa jako loše, uopće im se ne sviđa



Slika 27. Da li su svi elementi vertikalnog logotipa jasno vidljivi i čitljivi, izvor: autor

97,2 % ispitanika smatra elemente vertikalnog logotipa jasno vidljivim i čitljivim, dok njih 2,8 % smatra da elementi nisu jasno vidljivi i čitljivi.



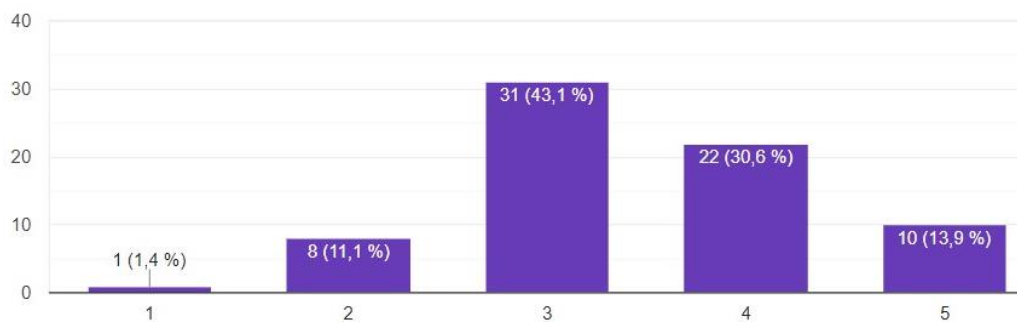
Slika 28. Da li smatrate da je vertikalni logotip prikladan za upotrebu na vizitkama i promotivnim materijalima, izvor: autor

86,1 % ispitanika smatra da je vertikalni logotip prikladan za upotrebu na web stranicama i promotivnim materijalima, dok 13,9 % smatra da nije.

4.2.6. Ukupan dojam



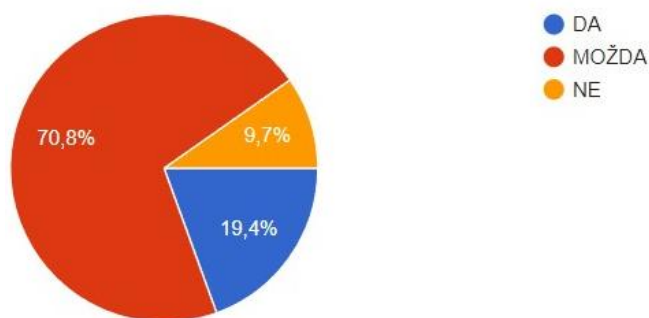
Slika 29. Ukupan dojam, izvor: autor



Slika 30. Kako biste ocijenili cjelokupni dizajn vizualnog identiteta?, izvor: autor

Ispitanici su dizajn vizualnog identiteta ocijenili na sljedeći način:

- 13,9 % ispitanika znak smatra odličnim, jako im se sviđa
- 30,6 % ispitanika znak ocjenjuje dobrim, sviđa im se
- 43,1 % ispitanika znak ocjenjuje neutralno, niti im se sviđa niti ne sviđa
- 11,1 % ispitanika znak ocjenjuje sa prilično loše, ne sviđa im se
- 1,4 % ispitanika znak ocjenjuje sa jako loše, uopće im se ne sviđa



Slika 31. Da li biste preporučili ovaj salon za nokte na temelju dizajna logotipa, izvor: autor

Prema rezultatima ankete, 70,8 % ispitanika možda bi preporučilo salon za nokte na temelju dizajna. Njih 19,4 % bi preporučilo, dok 9,7 % ne bi preporučilo salon.

5. Redizajn logotipa na temelju povratnih informacija

Prema rezultatima ankete ispitanika, napravljena je korekcija logotipa „Sparkle Nails Studio“. Uzimajući u obzir povratne informacije iz ankete, utvrđeni su nedostaci i potrebne estetske korekcije kako bi se postigao dizajn koji bolje funkcionira i komunicira.

Predložene su sljedeće izmjene logotipa:

- Ostaviti sve kako jest, ali smanjiti slovo „S“.
- Ostaviti sve kako jest, smanjiti slovo „S“ i korigirati zvjezdice.
- Ostaviti veličinu slova „S“, ali ga pretvoriti u krivulje i raditi korekcije kako bi se bolje uklopilo i ujednačilo s ostatkom fonta.
- Promijeniti font, ali zadržati slovo „S“ kako jest.

Nakon pažljivog razmatranja i brojnih pokušaja usklađivanja slova „S“ s ostatkom fonta, odlučeno je raditi promjenu fonta, ali i dodatne izmjene koje uključuju:

- Smanjenje slova „S“ te modifikacija kako bi se bolje uklopilo u cjelokupni dizajn.
- Riječ „Sparkle“ je ostala iste ružičaste boje, kako bi se istaknula i privukla pažnju.
- Ostatak naziva „Nails Studio“ je promijenjen u sivu boju, čime se postigao suptilniji i elegantniji izgled.
- Promjena fonta koji više odgovara estetici i viziji salona.

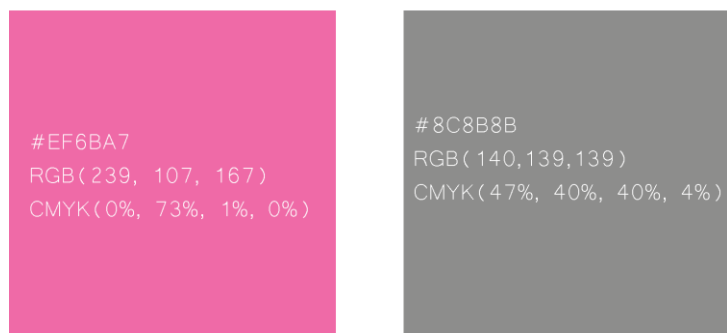
Novi / promijenjen logotip biti će prikazan u nastavku na tiskanim materijalima. Korišten je font i sljedeća paleta boja za logotip:

NAILS STUDIO: *Sacramento*

SLOVO S: *Monalleria Script*

PARKLE: Microsoft Yi Baiti

Slika 32. Fontovi za novi logotip, izvor:autor



Slika 33. Paleta boja korištenih za logotip, izvor: autor



Slika 34. Novi logotip – primarni, izvor: autor



Slika 35. Novi logotip – sekundarni, izvor: autor



Slika 36. . Novi znak – modificirani, izvor: autor

5.1. Prikaz primjene loga na tiskanim materijalima

Posjetnica ili vizitka je tiskani materijal koji promovira određenu tvrtku. Izrađena posjetnica namijenjena je za samu tvrtku, a po potrebi je moguća modifikacija za pojedine djelatnike. Najčešće korišteni formati su 85x55 mm i 90x50 mm. Svrha posjetnice je da bude kontakt između dvije osobe. „Posjetnica bi trebala sadržavati ime tvrtke, vaše ime, poslovnu titulu, broj telefona, e-mail adresu, web stranicu tvrtke i imena profila na društvenim mrežama. Adresu, ako je to bitno, QR kod (koji može zamijeniti web stranicu ili bilo koje druge podatke), slogan.“ [20] Ne mora sadržavati sve navedene podatke, ali mora davati osnovne informacije o brendu.

Korištena je sljedeća paleta boja:



Slika 37. Paleta boja korištenih kod posjetnice, izvor: autor

Microsoft Yi Baiti za ostatak naziva „parkle“.

Sacramento za ostatak naziva „nails studio“

Monallesia Script za slovo S, ostao je isti font.



Slika 38. Prikaz izgleda posjetnice, izvor mockupa: mockups-design.com, Designed by Mockups Design

Poklon bon je tiskani materijal koji je unaprijed plaćen, a koristi se kao sredstvo plaćanja prilikom kupovine usluge.

Kvalitetan poklon bon mora sadržavati sljedeće osnovne podatke:

- naziv: „POKLON BON“,
- vrijednost bona: „U vrijednosti“ (ručno upisani iznos),
- usluga,
- podaci: naziv tvrtke, logotip, adresa i broj telefona, društvene mreže i/ili web stranica. [21]

Dodatne stavke koje poklon bon može sadržavati:

- Trajanje poklon bona
- „Poklon bon nije moguće zamijeniti za novac.“ [21]



Slika 39. Prikaz izgleda poklon bona, izvor mockupa: <http://www.freepik.com>, Designed by Freepik

Cjenik je tiskani materijal koji prikazuje cijene za usluge koje salon nudi. Mora biti izložen na vidljivom mjestu u salonu kao što je recepcija ukoliko je isti posjeduje.



Slika 40. Prikaz izgleda cjenika, izvor: mockups-design.com, Designed by Mockups

CJENIK USLUGA

Trajni lak

| | |
|---|--------------------|
| UKRAŠAVANJE NOKTA | 0,70 € |
| NAIL ART / po noktu | 1 € |
| POPRAVAK 2 ILI VIŠE NOKTA / cijena po noktu | 4 € |
| POPRAVAK 1 NOKTA | 6 € |
| SKIDANJE TRAJNOG LAKA | 10 € |
| SKIDANJE TRAJNOG LAKA + MANIKURA | 20 € |
| TRAJNI LAK (S / M / L) | 20 € / 25 € / 30 € |

Geliranje noktiju

| | |
|--|--------------------|
| UKRAŠAVANJE NOKTA | 1 € |
| POPRAVAK 2 ILI VIŠE NOKTA / cijena po noktu | 4 € |
| POPRAVAK 1 NOKTA | 6 € |
| NAIL ART / po noktu | 2 € |
| SKIDANJE TRAJNOG LAKA / GELA | 15 € |
| GELIRANJE NOKTIJU/NADOPUNA (S / M / L) | 25 € / 30 € / 35 € |
| PRODUŽIVANJE NOKTIJU ŠABLONAMA (S / M / L) | 38 € / 42 € / 45 € |

Manikura

| | |
|---|------|
| KLASIČNA MANIKURA | 15 € |
| KLASIČNA MANIKURA + LAKIRANJE | 20 € |
| LAKIRANJE NOKTIJU | 8 € |
| FRANCUSKA MANIKURA | 25 € |
| SPA MANIKURA (piling, masaža ruku, parafin, manikura s lakiranjem) | 30 € |

SPARKLE
nails studio

Slika 41. Izgled cjenika, izvor: autor

6. Zaključak

Na temelju provedenog istraživanja može se zaključiti da grafički dizajn igra ključnu ulogu u percepciji i prenošenju informacija, utječe na odluke i oblikuje iskustvo s brendom. Prilikom korištenja vektorske grafike u izradi vizualnog identiteta, donesen je zaključak da korištenje iste uvelike utječe na postizanje kvalitete i fleksibilnost tiskanih materijala, koji su obrađeni u ovome završnom radu. Rezultati provedene ankete pokazali su da je potreban redizajn kako bi brend postao prepoznatljiv, originalan, autentičan i u skladu s očekivanjima ciljane publike. Vektorska grafika se pokazala odličnom za izradu tiskanih materijala, omogućujući primjenu logotipa na različite materijale, u ovom slučaju posjetnice, poklon bona i cjenika bez gubitka na kvaliteti, što je potvrđeno u praksi. Osim toga, budući da vektorska grafika olakšava izmjenu i ponovnu upotrebu dizajna u poslovnom okruženju, njihova uporaba promiče održivost i ekonomičnost u proizvodnji.

7. Literatura

- [1] Roberts Sienna, History of Graphic Design: A Comprehensive Overview
<https://www.theknowledgeacademy.com/blog/history-of-graphic-design/>, pristupljeno: 10.7. 2024.
- [2] What Is Graphic Design?, <https://brainstation.io/career-guides/what-is-graphic-design>, pristupljeno: 9.7.2024.
- [3] Kopinšek Urška, The Basic Principles of Graphic Design,
<https://propiar.com/en/pblog/the-basic-principles-of-graphic-design/>, pristupljeno: 10.7.2024.
- [4] Hayward-Cole Amelia, 7 basic principles of graphic design,
<https://www.lcca.org.uk/blog/careers/7-basic-principles-of-graphic-design/>, pristupljeno: 10.7.2024.
- [5] <https://zale.hr/vizualni-identitet-definicija-elementi-i-savjeti/>
- [6] Marković, V. (2022). *Knjiga grafičkih standarda - VM dizajn* (Završni rad). Koprivnica: Sveučilište Sjever. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:034655>
- [7] Milec Z., Tomiša M., Vusić D.: Analiza osnovnih elemenata vizualnog identiteta superjunaka, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2011.
- [8] Goldstein Kylie, Visual identity: What it is and why it matters for your brand ,
<https://www.wix.com/blog/visual-identity>, pristupljeno: 10.7.2024.
- [9] <https://amadis.ba/vizualni-identitet/>
- [10] Računalna i vektorska grafika.ppt , izvor: Hrvatska akademska i istraživačka mreža, CARNET, pristupljeno: 9.7.2024.
- [11] Graphics, Bitmap. "Vector Graphics." (2005).
- [12] The Guide to Vector Design, <https://www.coreldraw.com/en/learn/guide-to-vector-design/how-do-vector-graphics-work/?alid=248565456.1720371295>, pristupljeno: 11.7.2024.
- [13] Smith Jennifer, What is Adobe Illustrator,
<https://www.agitraining.com/adobe/illustrator/classes/what-is-adobe-illustrator>, pristupljeno: 11.7.2024.
- [14] Čičak, Z. Analiza i usporedba kompjutorskih programa za grafičku pripremu: programi s otvorenim pristupom i profesionalni.

- [15] <https://www.softwareadvice.com/vector-graphics/sketch-profile/>
- [16] <https://www.coreldraw.com/en/product/coreldraw/#whatsnew>, pristupljeno: 4.8.2024.
- [17] <https://zale.hr/logotip-7-vrsta-loga/>, pristupljeno: 12.7.2024.
- [18] Van Braam Hailey , Color Psychology, <https://www.colorpsychology.org/pink/>, pristupljeno: 12.7.2024.
- [19] <https://www.dafontfree.io/century-gothic-font-free/>, pristupljeno 14.8.2024.
- [20] <https://sustavizaprezentaciju.com/10-pravila-za-izradu-super-posjetnica/>, pristupljeno: 6.8.2024.
- [21] Pavlica Srebačić Stefani. Kako poklon bonovi povećavaju zaradu?, <https://zoyya.com/hr/partner/blog/kako-poklon-bonovi-povecavaju-zaradu>, pristupljeno: 10.8.2024.

8. Popis slika

| | |
|--|----|
| Slika 1. Loš i dobar kontrast, izvor: autor | 3 |
| Slika 2. Adobe Illustrator, izvor: autor | 6 |
| Slika 3. Boja logotipa, izvor: autor | 9 |
| Slika 4. Znak, izvor: autor | 9 |
| Slika 5. Vertikalni logotip, izvor: autor | 9 |
| Slika 6. Horizontalni logotip, izvor: autor | 10 |
| Slika 7. Opći logotip, izvor: autor | 10 |
| Slika 8. Distribucija spolova po starosnim grupama | 12 |
| Slika 9. Koja ste godina studija?, izvor: autor | 12 |
| Slika 10. Na kojem uređaju rješavate anketu, izvor: autor | 13 |
| Slika 11. Kako biste ocijenili svoje iskustvo u području grafičkog dizajna, izvor: autor | 13 |
| Slika 12. Opći logotip, izvor: autor | 14 |
| Slika 13. Koliko vam se sviđa dizajn općeg logotipa (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor | 14 |
| Slika 14. Smatrate li da je prikazani logotip lako pamtljiv?, izvor:autor | 15 |
| Slika 15. Kako biste ocijenili odabir boje logotipa, izvor:autor | 15 |
| Slika 16. Smatrate li da boja logotipa odražava osjećaj elegancije i profesionalnosti?, izvor: autor | 16 |
| Slika 17. Znak, izvor: autor | 16 |
| Slika 18. Koliko vam se sviđa dizajn znaka (simbola)? (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor | 17 |
| Slika 19. Smatrate li da je prikazani znak lako pamtljiv?. izvor: autor | 17 |
| Slika 20. Horizontalni logotip, izvor: autor | 18 |
| Slika 21. Koliko vam se sviđa dizajn horizontalnog logotipa? (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor..... | 18 |
| Slika 22. Da li su elementi horizontalnog logotipa jasno vidljivi i čitljivi?, izvor: autor..... | 19 |
| Slika 23. Da li smatrate da horizontalni logotip ima dobru ravnotežu i proporcije?, izvor: autor | 19 |
| Slika 24. Da li smatrate da je horizontalni logotip prikladan za upotrebu na web stranicama i društvenim mrežama?, izvor: autor | 19 |
| Slika 25. Izgled vertikalnog logotipa, izvor: autor | 20 |

| | |
|--|----|
| Slika 26. Koliko vam se sviđa dizajn vertikalnog logotipa (Ocijenite na skali od 1 do 5), izvor: autor..... | 20 |
| Slika 27. Da li su svi elementi vertikalnog logotipa jasno vidljivi i čitljivi, izvor: autor..... | 20 |
| Slika 28. Da li smatrate da je vertikalni logotip prikladan za upotrebu na vizitkama i promotivnim materijalima, izvor: autor..... | 21 |
| Slika 29. Ukupan dojam, izvor: autor..... | 21 |
| Slika 30. Kako biste ocijenili cjelokupni dizajn vizualnog identiteta?, izvor:autor..... | 22 |
| Slika 31. Da li biste preporučili ovaj salon za nokte na temelju dizajna logotipa, izvor: autor ... | 22 |
| Slika 32. Fontovi za novi logotip, izvor:autor..... | 23 |
| Slika 33. Paleta boja korištenih za logotip, izvor: autor..... | 24 |
| Slika 34. Novi logotip – primarni, izvor: autor..... | 24 |
| Slika 35. Novi logotip – sekundarni, izvor: autor..... | 24 |
| Slika 36. . Novi znak – modificirani, izvor: autor..... | 24 |
| Slika 37. Paleta boja korištenih kod posjetnice, izvor: autor..... | 25 |
| Slika 38. Prikaz izgleda posjetnice, izvor mockupa: mockups-design.com, Designed by Mockups Design..... | 26 |
| Slika 39. Prikaz izgleda poklon bona, izvor mockupa: http://www.freepik.com , Designed by Freepik..... | 27 |
| Slika 40. Prikaz izgleda cjenika, izvor: mockups-design.com, Designed by Mockups..... | 27 |
| Slika 41. Izgled cjenika, izvor: autor..... | 28 |



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički 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, SNJEŽANA SLUNJSKI (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PRIMJENA VEKTORSKE GRAFIKE PRILIKOM IZRADE VEKTORENOG (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Snježana Slunjski
(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.