

LOGO

LOGOTYP

(z řeckého logos – slovo, řeč, nauka, zákon, pojem, typos – výraz, znak)
je originálně graficky upravený název společnosti, který neobsahuje
piktogram (obrázek). Ryze český ekvivalent k tomuto slovu neexistuje.

SONY

ČNB

Bata

PIKTOGRAM

je obrazový symbol, který funguje buď samostatně, nebo doprovází textovou část loga. Někdy se v této souvislosti užívají i následující pojmy: symbol, emblém, ikona.



LOGO

je grafické ztvárnění názvu organizace, společnosti, firmy nebo instituce obohacené o piktogram. Tento pojem odpovídá českému výrazu grafická značka.



IDENTIFIKACE S LOGEM

ORIGINALITA

Značka by měla být nezaměnitelná s jinou značkou. Originalita je vlastnost natolik důležitá, že je zákonem definovaná jako nutná podmínka pro registraci značky.

ROZPOZNATELNOST

Značka by měla být snadno rozpoznatelná. Rozpoznatelnost je ovlivněna zejména vizuální složitostí. Čím je značka tvarově složitější a také barevně pestřejší, tím horší je její rozpoznatelnost.



THREE
·M·



3-M



3M

3-M

3-M

3M



3M

3M



PRODUCT OF
3M
RESEARCH

3M



3M



3M

3M
BRAND

3M

ZAPAMATOVATELNOST

Značka by měla být snadno zapamatovatelná. K zapamatovatelnosti značky přispívá její výraznost, jednoduchost a také výjimečnost řešení a grafická nápaditost.



Apple Computer



NÁPADITOST

Nápaditost je kořením dobré značky. Nápaditost může spočívat např. v sekundárním významu či vtipu.

ČITELNOST

Čitelnost je velmi důležitá. Pokud je schopen pozorovatel značku snadno přečíst, je schopen si ji snadněji zapamatovat. Komplikací může být v tomto ohledu špatně zvolené či nejednoznačné písmo.

LOKALIZOVATELNOST

Značky, které jsou vytvářeny jako nadnárodní, by měly být snadno převoditelné do různých jazyků a kultur. Dobrá značka by měla respektovat kulturní odlišnosti.



VÝZNAM LOGA

NÁZEV

Vhodné pojmenování je základem pro vizuální ztvárnění značky. Se značkou se můžeme setkat i v situacích, kdy ji nemůžeme vidět (například v řeči), proto jsou název, jeho vyslovitelnost a význam v daném jazyce velmi důležité. Na grafické ztvárnění má vliv zejména délka názvu, doporučují se spíše názvy kratší (jednoslovné).

SROZUMITELNOST

Výklad symbolů závisí na kulturním kontextu oblasti, ve kterém se značka používá. Značka by měla zaručovat vhodný a správný výklad u všech spotřebitelů.

Instituto de Estudos Orientais.



**Comissão da Juventude
Arquidiocesana
da Igreja Católica**

VZTAH K OBORU

Značky jednoho oboru působení (tzv. branže) často mívají společné znaky, které odkazují na oborovou příbuznost. Tento fakt obvykle vychází ze společných funkčních požadavků či požadavků na aplikaci těchto značek (automobily, potravinářské zboží, hodinky, banky apod).

GLATZOVA & Co.

Kestlová & Rotterová
advokátní kancelář

Janík | & spol.
advokátní kancelář

P
PETERKA & PARTNERS
Advokátní kancelář, Law Offices, Cabinet d'avois

NOVÁKOVÁ & ADAM
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ ČESKÝ BRNO

Horák & Chvosta
Advokátní kancelář / Law offices / Rechtsanwälte

Virág &
& partneri

& Brož
Sokol
Novák

HHP
advokátní kancelář

Velišek
& Podpěra
advokátní kancelář s.r.o.

PPH
& &
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ
TRUTNOV
POPRACH POPRACHOVÁ HRUŠKA

KINDL & PARTNEŘI
Advokátní kancelář

TOMAN, DEVÁTÝ & PARTNEŘI
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ

Mach & spol.

K KOREJZOVÁ & SPOL.
ADVOKÁTNÍ A PATENTOVÁ KANCELÁŘ

ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘE
FOREJTOVÁ & ČADRA

VAŠIČEK
FRIMMEL
& HONĚK

HOLEC, ZUSKA
& PARTNEŘI

EMOTIVNÍ HODNOTA

Emotivní hodnota značky je důležitá proto, že motivace zákazníka jsou nejen racionální, ale velmi často také pocitové.

ESTETIKA LOGA

KVALITA STYLIZACE

Značka by měla být „výtvarně čistá“. Jde zejména o sladění jednotlivých částí značky do vizuálně homogenního celku.

MÍRA STYLIZACE

Míra abstrakce symbolu v logu musí být vyvážená, aby si logo zachovalo originalitu a zároveň nebylo formálně a významově složité.



VOLBA BAREV A PÍSMÁ

ATRAKTIVITA

**Atraktivita značek bývá často zvyšována užitím módních trendů.
Pokud chceme logo nadčasové, je potřeba jim však příliš nepodléhat.**

ZOBRAZENÍ LOGA

(TECHNOLOGIE)

REPRODUKOVATELNOST

Dobrou reprodukovatelnost značky ovlivňuje:

Její dostatečná minimální velikost

Kvalita provedení detailů značky

Používané technologie pro tisk či zobrazení

Materiály ve kterých bude provedena

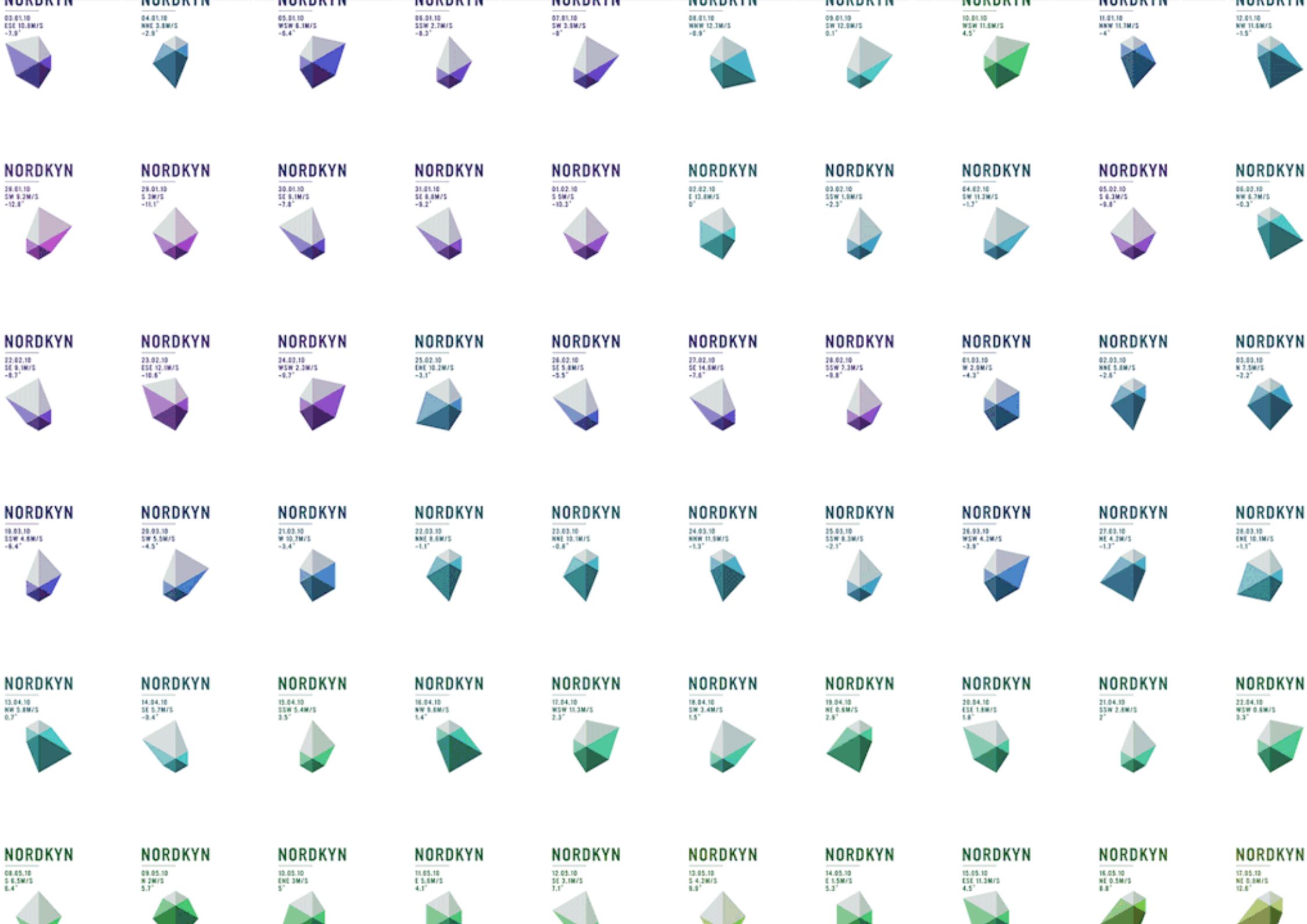
Barevné systémy kterými bude reprodukována

SVĚTELNÉ PODMÍNKY

Důležitou roli hrají i různé světelné podmínky. Obecně se dá říct, že by měla mít značka dostatečný kontrast vůči pozadí, na kterém se bude nejčastěji vyskytovat.

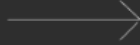
LOGO+







IDEA



SYSTEM



SOUTH



NORTH



EAST



WEST



SOUTH-
SOUTHEAST



NORTH-
NORTHEAST



EAST-
SOUTHEAST



WEST-
SOUTHWEST



SOUTHEAST



NORTHEAST



EAST-
NORTHEAST



WEST-
NORTHWEST



SOUTH-
SOUTHWEST



NORTH-
NORTHWEST



CALM



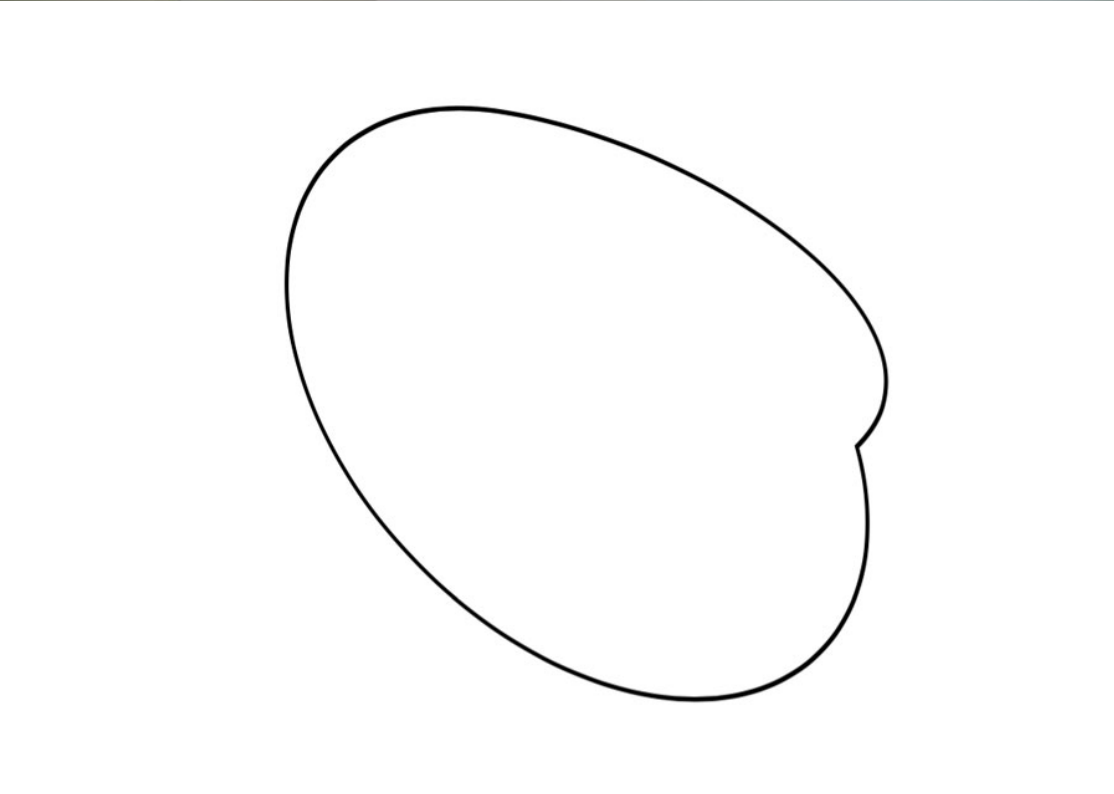
SOUTHWEST

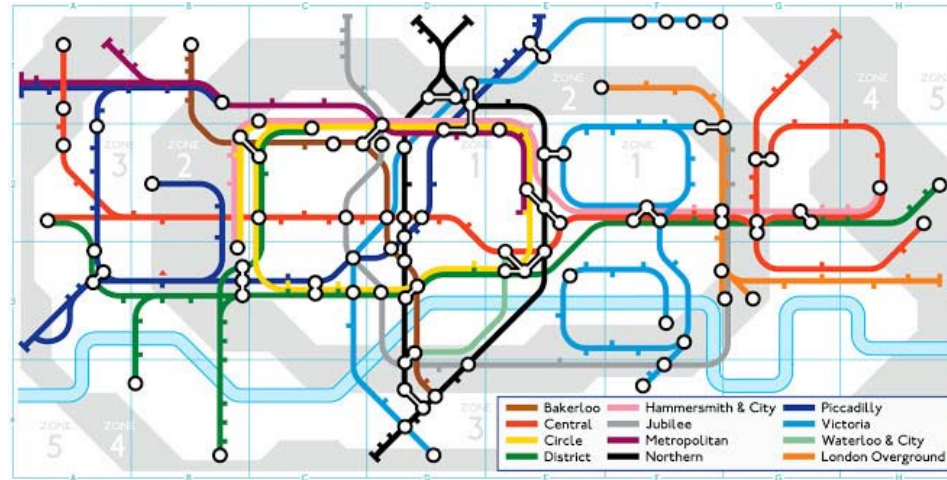


NORTHWEST









<https://www.google.com/doodles>



A close-up photograph of a black and blue athletic shoe. The shoe features a black knit upper with a prominent Nike swoosh logo on the side. Bright blue laces are threaded through the eyelets. The background is a solid, vibrant blue. A white URL is overlaid on the image.

<https://perkybros.com/portfolio/run-mfg/>



<https://brando.org/2017/09/06/branding-kisume/>

<https://www.youtube.com/watch?v=-2F8ZkJIMq8>