Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KUK/25DIDI19/25
Názov predmetu	vizuálna identita
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Natália Nagyová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- Účasť na prednáškach a praktických cvičeniach (20 %)
- Individuálne úlohy (30 %)
- Semestrálny projekt (40 %)
- Prezentácia semestrálneho projektu (10 %)

Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

- Analyzuje a efektívne využívať farby a typografiu na komunikáciu emócií a hodnôt značky.
- Dokáže navrhnúť originálne a funkčné logo, ktoré rešpektuje zásady vizuálnej identity.
- Vie pripraviť grafický manuál s jasne definovanými pravidlami používania vizuálnych prvkov
- Je schopný aplikovať vizuálnu identitu konzistentne na tlačové aj digitálne platformy.
- Dokáže identifikovať dizajnové problémy a navrhnúť inovatívne a efektívne riešenia.
- Rozumie procesu rebrandingu a vie kriticky zhodnotiť jeho dopad na značku a jej vnímanie.
- Má prehľad o aktuálnych trendoch vo vizuálnej identite a dokáže ich efektívne integrovať do dizajnových projektov.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do vizuálnej identity
2. Prvky vizuálnej identity
3. Moodboarding
4. Proces tvorby loga
5. Definícia typografie
6. Farebná definícia značiek
7. Iné elementy vizuálnej identity
8. Klientská prezentácia projektu
9. Tvorba grafického manuálu
10. Rebranding a evolúcia vizuálnej identity / Trendy vo vizuálnej identite

Odporúčaná literatúra

ADAMSON, A.P. (2011). Digitálna značka/Brand Digital. Bratislava: Eastone Books.
AIREY, D. (2010). Logo – nápad, návrh, realizace. Brno: Computer Press.
HORNÝ, S. (2004). Vizuální komunikace firem. Praha: Nakladatelství VŠE.
KAFKA, O., KOTYZA, M. (2014). Logo & Corporate Identity. Praha: Kafka Design.
PASTIER, M. (2023). Žltá kniha budovania značky: Ako zaujať a predávať v svete chaosu a sekundovej pozornosti. Martinus.
NEUMEIER, M. (2006). The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders.
RODRIGUEZ, M.: Brand Storytelling. Kogan Page: London, 2020.
SHARP, B. (2010). How Brands Grow. What Marketers Don't Know. Victoria: Oxford University Press Australia & New Zealand.