**Návrhy témat pro zpracování bakalářské práce – GMD**

**1)** **Corporate identity design**

Zpracování kompletního vizuálního stylu vybrané společnosti, produktu či služby.

Propagaci v daném segmentu trhu, včetně návrhu marketingové strategie.

Grafický návrh značky, merkantilní tiskoviny, firemní desky, vizitky, merchandising, propagační publikace (katalog), inzerce, web, sociální sítě, prezentace.

*Cílem je zhotovit průzkum a analýzu daného segmentu trhu, využít relevantních informací a rešerší a dokázat je aplikovat na konkrétní kreativní řešení respektující marketingovou a obchodní strategii značky a potřeby cílové skupiny.*

**2)** **Vizuální identita neziskové organizace**

Zpracování kompletního vizuálního stylu vybrané společnosti v rámci neziskového sektoru. Grafický návrh značky, vizitky, merchandising, propagační publikace (katalog), inzerce, webové prezentace, vizuální komunikace sociálních sítí, prezentace skrze ambientní média, design kampaně a eventu.

*Cílem je zhotovit průzkum a analýzu daného segmentu trhu, využít relevantních informací a rešerší a dokázat je aplikovat na konkrétní kreativní řešení.*

**3)** **Vizuální styl kulturní události či instituce**

Kompletní vizuální styl konkrétní kulturní události (divadelní, filmové, hudební festivaly
a výstavy) či instituce (divadla, kluby, galerie). Návrh pozvánky / návrh značky, merchandising, propagační plakát, vstupenky, kulturní program (přehled), merkantilní tiskoviny, web, sociální sítě, prezentace, inzerce, označení budovy, příprava orientačního systému a další.

*Cílem je najít jedinečné kreativní řešení vymezující se v silné konkurenci ostatních kulturních událostí/institucí, vhodně vybrat komunikační média respektující marketingovou a obchodní strategii značky a potřeby cílové skupiny.*

**4)** **Design tištěné nebo on-line publikace / periodika**

Výběr ze současné beletrie, poezie, vědecké literatury, knih pro děti nebo periodických tiskovin a následné zpracování grafické koncepce včetně technologického řešení. Grafický koncept obálky, značky (periodika), layout vnitřních stran, sazba, typografie, technologie vazby, papír a knihařské zpracování, print / on-line prototyp.

*Cílem je využít nabytých znalostí v oboru typografie, sazby, pokročilých řemeslných dovedností a najít vhodné technologické řešení pro konkrétní výstup s přihlédnutím na cílovou čtenářskou skupinu.*

**5)** **Orientační systém**

Výběr vhodného dopravního, společenského či veřejného prostoru a zpracování grafické koncepce orientačního systému na míru. Analýza prostoru, piktogramická sada, písmo
a typografie, koncepce infografiky, řešení technologie a prototypu nosiče.

*Cílem je pochopit problematiku této specifické grafické disciplíny a její funkci jako důležitého informačního prvku ve veřejném prostoru. Součástí je analýza a aplikace výzkumu optických zákonitostí, sociálně-kulturních kontextů, urbanismu a architektury daného prostoru.*

**6)** **Packaging**

Obalový design libovolného produktu, včetně návrhu technologického řešení a marketingové strategie. Výstupem bude nejen konkrétní obal, ale i propagační plakáty či případné další materiály související s produktem.

*Cílem je najít vhodné kreativní řešení, které bude respektovat specifika daného segmentu trhu, jeho potřeby a zároveň i konkrétní cílovou skupinu. Současně jde i o výběr vhodné postprodukční a výrobní technologie.*

**7) Vizuální styl kampaně**

Art directing libovolného produktu / služby skrze specifickou kampaň dle zadaného kreativního briefu. Fotografický, ilustrativní, grafický či typografický koncept (print a on-line, citylighty, billboardy, variapostery, plakáty, web, sociální sítě, ambientní média a další materiály vhodné pro propagaci daného tématu).

*Cílem je najít vhodné kreativní řešení, které bude plně reflektovat konkrétní brief. Součástí úkolu je i spolupráce všech složek kreativního týmu.*

**8)** **Vlastní propagační materiály (portfolio)**

Koncepce self-promotion včetně návrhu marketingové strategie. Značka, on-line portfolio, vizitky, oblečení, tašky a další propagační materiály, které souvisí s vlastní tvorbou.

*Cílem je najít dlouhodobou koncepci a strategii vlastní značky, která reflektuje osobní tvůrčí cestu, predikuje budoucí vývoj vlastního portfolia, komunikačního jazyka a především pomáhá uplatnění na trhu kreativního průmyslu.*

**9)** **Grafický design a veřejný prostor**

Veřejný i neveřejný prostor jako místo pro sebevyjádření a reakci na dané prostředí pomocí grafického jazyka skrze instalaci v prostoru. Video / foto dokumentace procesu vzniku
a výsledné koncepce.

*Cílem je najít osobní experimentální rovinu grafické tvorby, která reaguje na konkrétní prostředí veřejného prostředí a přináší nové dimenze vyjádření osobních či celospolečenských témat. Součástí je i výběr specifické technologie doplňující vybrané téma.*

**10)** **Web / App / UX, UI / Game design**

Kompletní vizuální podoba webové prezentace / aplikace vybrané služby, společnosti, produktu nebo řešení grafická koncepce hry (edukace, zábava, experiment). Analýza, wireframe, UX / UI, web design, 2D a 3D design, prototyp.

*Cílem je zužitkovat získané pokročilé vědomostí v disciplíně digitálního designu a vytvořit celistvý projekt reflektující aktuální technologické možnosti a trendy. Součástí úkolu je i spolupráce se všemi složkami kreativního a vývojového týmu.*