

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za računalništvo
in informatiko



Izdelava vizitke

Jure Demšar
Narvika Bovcon



Naloga

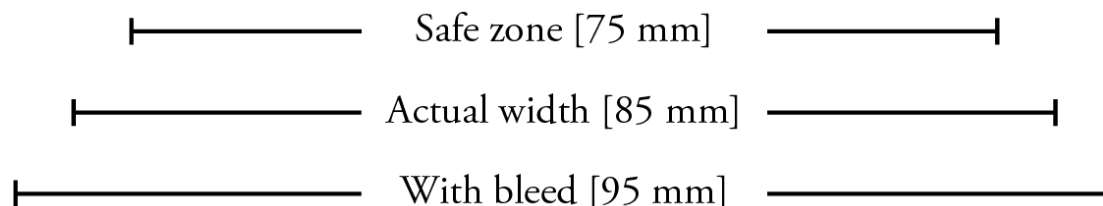
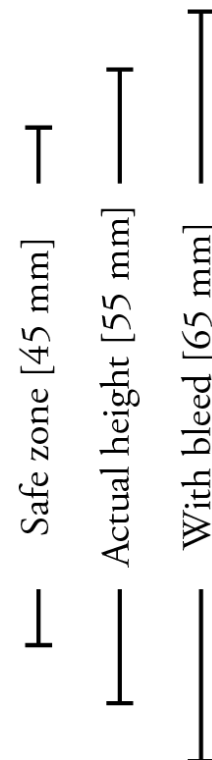
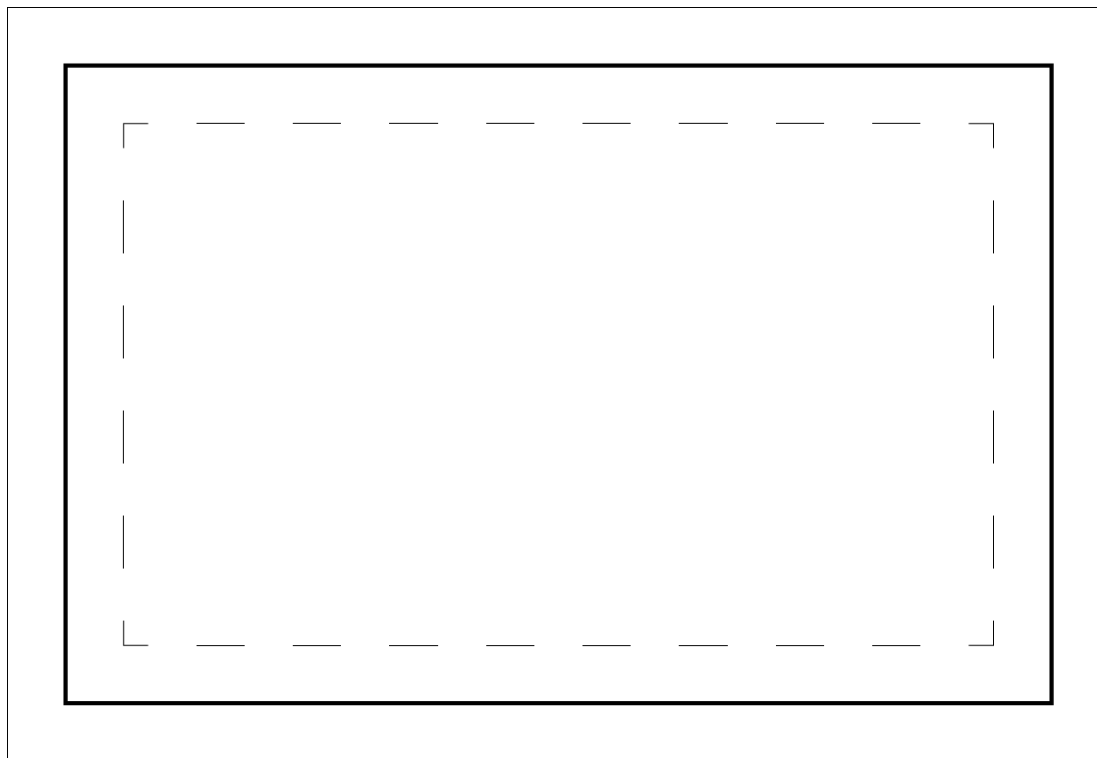
Oblikujte vizitko za osebo, zaposleno v podjetju, katerega logo ste obrisali v okviru prve polovice naloge.

Poleg logota naj vizitka vsebuje še naslednje podatke:

- ime in priimek (uporabite vaše ime in priimek)
- delovno mesto (fiktivni podatek),
- ime podjetja,
- poštni naslov podjetja,
- telefonska številka zaposlenega (fiktivni podatek),
- elektronska pošta zaposlenega (fiktivni podatek),
- spletna stran podjetja.



Standardna vizitka [85x55 mm]





Območja

Območje preliva (*Bleed*) – tiskanje ozadja čez rob same vizitke.

Dejanska velikost vizitke – na tako velikost se obreže natisnjeno vizitko.

Varno območje (*Safe zone*) – poskrbi, da niso podatki preblizu roba (kar običajno moti) ter, da pri porezavi po nesreči ne odrežemo česa pomembnega.



Izgled 1/3

Vizitka je lahko ležeča ali pokončna.

Ni nujno, da je vizitka pravokotna, lahko uporabite tudi drugo obliko (velikost naj bo primerljiva s standardno).

Tudi če uporabite drugačno obliko vizitke, morate upoštevati območje preliva ter varno območje.

Vizitka je lahko potiskana po obeh straneh ali po eni strani.



Izgled 2/3

Če je vizitka potiskana po obeh straneh, morata biti kompoziciji elementov na obeh straneh povezani.

Za barvo ozadja in elementov (tekst, logo) uporabite nevtralno bravo (bela, črna, siva) ali pa tipično barvo podjetja (poiščite v CGP-ju).

Ozadje naj bo enobarvno

Ker gre za tisk, uporabljajte CMYK barvni model.



Izgled 3/3

Izogibajte se dodajanju kakršnih koli grafičnih elementov, ki niso oblikovno povezani z znakom (navpične in vodoravne črte, podčrtave, ...).

Vsakiršni okraski uničujejo učinek znaka in logotipa.

Dobro premislite, ali res potrebujete ikone, ki predstavljajo tipe podatkov (slušalka, pismo, globus, ...) - verjetno ne.

Poenostavite oznake podatkov: namesto tel. napišite T, namesto e-mail napišite E ali pa nič, saj je oblika naslova z znakom @ povsem prepoznavna.



Tipografija

Uporabite primarno tipografijo podjetja (poiščite v CGP-ju).

Če primarne tipografije ne najdete, izberite tipografijo, ki se dobro kombinira z logotom (npr. tipografija s spletne strani podjetja).

Uporabljajte samo eno črkovno družino.

Svetujemo vam eno obliko črk (velikost, debelina) za vse podatke.

Lahko tudi dve obliki črk (več pa res ne 😊).



Kompozicija

Kompozicija elementov na slikovni površini:

- horizontalna kompozicija izraža umirjenost in stabilnost,
- vertikalna kompozicija izraža aktivnost,
- diagonalne kompozicije so dinamične in agresivne.

Kompozicija naj bo urejena – pazite na medsebojne poravnave elementov.

Vertikalna poravnava: levi naslon, desni naslon ali sredinska poravnava.

Horizontalna poravnava na spodnji ali zgornji rob.

Dodatne linije za poravnavo dobite z deljenjem ploskve na polovice, tretjine, četrte, petine, zlati rez, ...



Namigi

Bodite kreativni in natačni.

Pripravite več različnih verzij izdelka, najboljše verzije postopoma izboljšujte.

Na korekture prinesite več (vsaj 5) natiskanih verzij vizitke. Vizitke morajo biti natisnjene v naravni velikosti (ne manjše ne večje).

Natisnjene vizitke izrežite. Prvo in zadnjo stran vizitke natisnite na dva ločena lista papirja, ki pa ju ni treba zlepiti.



Oddaja

Končno verzijo vizitke oddate preko spletne učilnice.

Končno verzijo oddajte v formatu .pdf.

Oddate tisto verzijo vizitke, ki se vam zdi najboljša.

Končna verzija naj bo oblikovana, kot da bo šla v tisk pri profesionalni tiskarni – ozadje se mora raztezati čez rob dejanske vizitke (preliv, bleed), izdelek mora vsebovati oznake za obrezavo (crop marks).

Ocena vizitke prispeva 20% h končni oceni pri predmetu.