

Zadání projektového úkolu pro žákovskou firmu

Nosné téma společného projektu: Gastronomie

Ročník (třída): 7.

Doba plnění: 2 týdny

Předmět: Vt

Mezipředmětové vazby: ČJ

Název projektového úkolu: Vizitka

Číslo projektového úkolu: 2

Zadání projektového úkolu:

Vytvořte pro svoji firmu (v oblasti gastronomie), zaměřenou na Vaši oblast (např. pizzerie, vegetariánská restaurace, česká kuchyně, kavárna) vizitku.

Teorie:

Vizitka

Vizitka je zvláštním komunikačním prostředkem v obchodním styku, jejíž význam je často velmi podceňován. Při navazování vztahů s obchodními partnery vám může napomoci při vytváření prvního dojmu, který je pro budoucí spolupráci naprosto zásadní. Vizitky jsou také vhodným propagačním materiálem. Kontaktní funkce je často sekundární. Akt předání vizitek je zažitým společenským zvykem. Situace, kdy jedna ze stran navštívenku neposkytne, je značně trapná a může mít vliv na výsledek celého jednání.

Aby efekt z předání kontaktu formou vizitky byl pozitivní, tak je potřeba, aby design vizitky pocházel od profesionála, který dobře ví, jak vytvořit vizitku. Raději předem zapomeňte na šablony vizitek, které najdete zdarma na internetu. Informační účel jistě splní, ale pro budování dlouhodobých vztahů vhodné nejsou. Úplným extrémem jsou lidé, kteří předávají kontakt na sebe formou cárů papíru. V takovém případě je vhodnější omluvit se druhé straně a sdělit jí, že v současné době nemáte vizitku k dispozici – což je samo o sobě také extrémním případem.

Jak má návrh vizitky vypadat?

Správná vizitka by měla vizuálně korespondovat s předmětem vaší činnosti, resp. s celkovou firemní identitou. Sice to zní jako naprostá samozřejmost, ale v praxi se lze často setkat s případy, kdy tato zásada není vůbec respektována. Proto je vhodné grafikovi, který bude mít na starosti vytvoření vizitky, předložit vybrané firemní materiály, aby se mohl inspirovat designem, který již máte nějakým způsobem zaveden.

Obecně však lze říci, že by návrhy vizitek měly být co nejvíce jednoduché, čisté a přehledné. V žádném případě by grafické prvky neměly přebíjet informace, které jsou na vaší navštívence to nejdůležitější. Pokud jste zástupcem nějaké mladé a kreativní firmy, tak si do jisté míry

můžete dovolit být nekonvenční. Pro správnou vizitku platí základní známé pravidlo, že méně znamená více. Nesnažte se proto za každou cenu na Vaši vizitku dostat všechny údaje o Vás a Vašich produktech, případně službách.

Dalším důležitým prvkem při návrhu vizitek je volba vhodného písma, které musí být dostatečně čitelné. Vedle písma je samozřejmě naprosto zásadní obsah informací, které na vizitku umístíte. K těmto údajům patří jméno a příjmení s případným titulem, vaše funkce (lze doplnit i oddělení, ve kterém se v rámci společnosti nacházíte) a adresa sídla firmy. Správný návrh vizitky by měl obsahovat také kontaktní informace jako je číslo telefonu (pevná linka nebo mobilní číslo), popř. fax (pokud jej stále používáte), e-mailová adresa a webová adresa. Podle povahy vaší profese můžete na vizitku doplnit i vaše soukromé kontaktní údaje. Standardní rozměry vizitky v našich zeměpisných šířkách jsou 9×5 cm. Nezapomeň na logo firmy.

Výstup projektového úkolu:

- návrh vizitky

Pomůcky:

- PC - program na kreslení vizitek
- internet
