

nazwa modułu: corporate identity

realizowane przedmioty: corporate identity, corporate design, fotografia wizerunkowa, narracja obrazowa i storyboarding

prowadzący: mariusz wszołek, krzysztof moszczyński, michał jakubowicz, karolina lachowska

koordynator modułu: krzysztof moszczyński

rok akademicki: 2014/2015 / semestr letni

Szanowni Państwo.

Powoli się rozpędzamy. Problem, który nas dotyczy to słaby poziom tożsamości wizualnej wielu fundacji i stowarzyszeń. Zadanie jest bardzo proste. Należy znaleźć fundację, której można pomóc przez zaproponowanie programu corporate identity. Szczegółowo jest to opisane poniżej.

### Zakres projektu dla Corporate Identity:

- wybór fundacji + konsultacja z prowadzącym
- wypracowanie problemów projektowych / analiza sytuacji zastanej
- wypracowanie koncepcji corporate identity / profilowanie marki
- wypracowanie design brief dla kreacji
- forma prezentacji:
  - raport koncepcji corporate identity (pdf / A4)
  - prezentacja projektu (wystąpienie)

### Zakres projektu dla Corporate Design:

- wypracowanie corporate identity manuala
  - znak marki
  - wymiarowanie znaku
  - skalowanie znaku marki
  - wersja podstawowa / wersje pochodne
  - specyfikacja barwy
  - obszar ochronny
  - wykorzystanie znaku na zróżnicowanych powierzchniach
  - akcydensy (prezentacja)
  - akcydensy (wymiarowanie)
  - gadżet
- forma prezentacji:
  - brand book (pdf / A4)
  - prezentacja projektu (wystąpienie)

### Zakres projektu dla Fotografii wizerunkowej:

- koncept zdjęć wizerunkowych dla produktu / usługi
- koncept zdjęć wizerunkowych dla zespołu

- koncept reklamy prasowej
- forma prezentacji:
  - prezentacja projektu (wystąpienie)

#### Zakres projektu dla Badań empirycznych:

- weryfikacja tożsamości i wizerunku organizacji
- weryfikacja kontekstu funkcjonowania organizacji / checklista programu corporate identity
- weryfikacja empiryczna wypracowanego znaku marki
- forma prezentacji:
  - raport z badań