

przedmiot: corporate design

prowadzący: mariusz wszołek

rok akademicki: 2016/2017 / semestr letni

Szanowni Państwo.

Problem, którym (zapewne) chcemy się zająć dotyczy słabego poziomu 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
- weryfikacja tożsamości i wizerunku organizacji
- weryfikacja kontekstu funkcjonowania organizacji / checklista programu corporate identity
- analiza konkurencji
- wypracowanie problemów projektowych / analiza sytuacji zastanej
- wypracowanie koncepcji corporate identity / profilowanie marki
- wypracowanie design brief dla kreacji

Zakres projektu dla Corporate Design:

- wypracowanie corporate identity manuala
 - znak marki
 - wymiarowanie i skalowanie znaku
 - wersja podstawowa / wersje pochodne
 - specyfikacja barwy
 - obszar ochronny
 - akcydensy (prezentacja)
 - akcydensy (wymiarowanie)
 - gadżet

Formaty prezentacji:

- całościowa prezentacja projektu (prezentacja multimedialna)
- corporate identity manual (PDF: sytuacja zastana, brand book, manual, fotografia wizerunkowa)