

**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: 2016/2017 / 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

**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

**Zakres projektu dla Fotografii wizerunkowej:**

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

**Zakres projektu dla Badań empirycznych:**

- weryfikacja tożsamości i wizerunku organizacji
- weryfikacja kontekstu funkcjonowania organizacji / checklista programu corporate identity
- weryfikacja empiryczna wypracowanego znaku marki
- analiza konkurencji

**Formaty prezentacji:**

- całościowa prezentacja projektu (prezentacja multimedialna)
- raport z analizy sytuacji zastanej (PDF)
- corporate identity manual (PDF: brand book, manual, fotografia wizerunkowa)