

KARTA KURSU

Nazwa	Identyfikacja wizualna III
Nazwa w j. ang.	Visual Identity Design III

Koordynator	dr Barbara Janczak	Zespół dydaktyczny
		dr Barbara Janczak
Punktacja ECTS*	6	

Opis kursu (cele kształcenia)

Kurs ma na celu ugruntowanie umiejętności niezbędnych do wykonywania prac w obrębie projektowania identyfikacji wizualnej. W trakcie kursu studenci pogłębiają znajomość zagadnień związanych z tożsamością marki oraz procesem projektowania identyfikacji wizualnej. Zadania i ćwiczenia projektowe realizowane w trakcie kursu odwołują się do wiedzy z poprzednich kursów identyfikacji wizualnej, pozwalają zaawansować implementację praktycznych umiejętności projektowych.

Cele kursu:

- pogłębienie umiejętności umożliwiających samodzielną realizację projektu identyfikacji wizualnej o wysokich walorach estetycznych i funkcjonalnych,
- użycie metodologii projektowej związanej z projektowaniem identyfikacji wizualnej oraz wykorzystanie umiejętności formułowania założeń projektowych, korzystanie i budowanie harmonogramu, określenie deadline-u, konstruowanie briefu projektowego,
- rozwijanie zainteresowania współczesnymi metodami i technikami projektowymi, a także szeroko pojętą kulturą wizualną.

Kurs prowadzony jest w języku polskim.

Niektóre udostępniane materiały są napisane w języku angielskim.

Warunki wstępne

Wiedza	<ul style="list-style-type: none"> - zna zagadnienia teoretyczne i praktyczne związane z projektowaniem znaku - zdaje sobie sprawę z roli jaką pełni identyfikacja wizualna w budowaniu spójnego wizerunku marki - zna kontekst historyczny, klasyczne przykłady i przeznaczenie identyfikacji wizualnej
Umiejętności	<ul style="list-style-type: none"> - potrafi projektować z wykorzystaniem programów graficznych, - umie świadomie posługiwać się elementami kompozycji graficznej - potrafi zastosować w praktyce metodologię projektową
Kursy	Identyfikacja wizualna II, DTP, Badanie użytkownika, Typografia II, Symbole i piktogramy

Efekty uczenia się

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W 1 Zna zagadnienia związane z projektowaniem identyfikacji wizualnej (w tym rozumie pojęcia: logo, logotyp, znak, księga znaku, identyfikacja, system identyfikacji wizualnej, marka...) rozpoznaje jej rodzaje, potrafi określić jej cele i zastosowania.	K_W02
	W 2 Zna aktualne zjawiska w projektowaniu identyfikacji wizualnej, jest świadomy przemian podejścia do projektowania identyfikacji wizualnej na tle historii projektowania graficznego	K_W01
	W 3 Zna społeczny i kulturowy kontekst działań w zakresie projektowania identyfikacji wizualnej, rozumie rolę identyfikacji wizualnej w odniesieniu do marketingu, ma świadomość jej wpływu na pozycję rynkową firmy.	K_W06

Umiejętności	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych

	U 1 Potrafi zaprojektować spójną i cechującą się wysokimi walorami estetycznymi identyfikację wizualną firmy, marki lub wydarzenia.	K_U01, K_05
	U 2 Potrafi opracować istotne elementy księgi identyfikacji wizualnej oraz zaprojektować wybrane elementy identyfikacji wizualnej stosując się do opracowanych zasad.	K_U02, K_U03
	U 3 Potrafi samodzielnie określić cele identyfikacji wizualnej, sformułować założenia projektowe w oparciu o research, wywiad z klientem oraz własną wiedzę na temat zasad projektowania komunikacji wizualnej.	K_U06

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K 1 Posiada kompetencje umożliwiające realizację projektów identyfikacji wizualnej lokalnych marek, mikro-przedsiębiorstw, instytucji, wydarzeń kulturalnych.	K_W02
	K 2 Ma świadomość konieczności dalszego poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności w zakresie projektowania identyfikacji wizualnej	K_W03
	K 3 Zna wartość rzetelnej pracy, rozumie swoją rolę jako twórcy komunikatu wizualnego w dystrybucji informacji do obiegu publicznego.	K_W05

Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach								
		A	K	L	S	P	E			
Liczba godzin				60						

Opis metod prowadzenia zajęć

- krótkie wykłady wprowadzające w dane ćwiczenie projektowe (w trakcie wykładów będą podawane treści opracowane na podstawie angielskojęzycznej literatury przedmiotu, [m.in.](#) linki do anglojęzycznych stron, artykuły, książki, treści audiowizualne)
- ćwiczenia manualne w połączeniu z pracą cyfrową
- indywidualne i grupowe konsultacje postępów w procesie pracy projektowej
- konsultacje mają na celu inspirowanie do rozwoju i poszerzanie umiejętności studentów, w razie potrzeby w trakcie konsultacji zostaną wykorzystane metody technik skutecznego motywowania w tym rozmowa motywująca i oceniająca,
- śródsemestralny i semestralny przegląd grupowy – podczas przeglądu należy zaprezentować zrealizowane ćwiczenia w formie wizualizacji, prototypów, wydruków cyfrowych

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E-learning	Grzydydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Pracalaboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Pracapisemna (esej)	Examinustny	Examinpismny	Inne
W01			x		x	x							
W02					x	x							
W03			x			x							
U01			x		x	x							
U02			X		x	x							
U03					x	x							
K01						x	X						
K02					X	x							
K03						X	X						

Kryteria oceny	<p>Ocenę bardzo dobrą otrzymuje student/ka, który/a:</p> <ul style="list-style-type: none">– wykonana wszystkie przewidziane ćwiczenia zgodnie z podaną instrukcją w wyznaczonym terminie,– czyni postępy w pracy projektowej, systematycznie przedstawia projekt do konsultacji, poszukuje, analizuje, samodzielnie rozwija swoje umiejętności i poszerza wiedzę,– jest aktywny/a na zajęciach i angażuje się w poszczególne ćwiczenia,– przedstawione projekty cechuje estetyka i staranność wykonania,– jest obecny na przeglądzie śród- i semestralnym,– przekaże pliki projektów do archiwizacji,– opuścił/a maksimum dwa zajęcia (bez okazania stosownego usprawiedliwienia).
Uwagi	

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

- Identyfikacja wizualna: znak graficzny, logo, logotyp, sygnet, księga znaku
- Znak i przekaz
- System i elementy identyfikacji wizualnej
- Wizerunek. Marki / branding / corporate identity
- Wpływ identyfikacji wizualnej na kształtowanie wizerunku marki
- Pojęcie redesignu
- Etapy procesu projektownia: research, analiza, brief, założenia projektowe, współpraca z klientem, rozpoznawanie potrzeb, formułowanie celów projektowych, harmonogram pracy, dealine, feedback.

Wykaz literatury podstawowej

D. Airey, *Logo Design Love*, wyd. Helion, Gliwice 2015
P. Hardziej, *CPN. Znak, identyfikacja, historia*, wydawnictwo Karakter, Kraków 2019
A. Frutiger, *Człowiek i jego znaki*, wyd. d2d, Kraków 2015 (wybór)

Wykaz literatury uzupełniającej

J. Gernsheimer, *Ponadczasowe logo. Projektowanie znaków odpornych na działanie czasu*, wyd. Helion, Gdańsk 2013
E. Gonzalez-Miranda, T. Quindos, *Projektowanie ikon i piktogramów*, wyd. d2d, Kraków 2019
K. Elam, *Geometria w projektowaniu*, wyd. d2d, Kraków 2019
H. R. Bosshard, *Reguła i intuicja. O rozwadze i spontaniczności projektowania*, wyd. d2d, Kraków 2019
J. Szarzyńska-Putowska, *Komunikacja wizualna: wybrane zagadnienia*, Fundacja im. Joanny Sarzyńskiej-Putowskiej przy KKW WFP ASP, Kraków, 2002 (wybór)
J. Itten, *Sztuka Barwy*, wyd. d2d, Kraków 2015
Fabian Geyrhalter, *Bigger than this*, Long Beach 2018
Marty Neumeier, *Zag: The Number One Strategy of High-Performance Brands*, Sebastopol 2006

Strony i publikacje internetowe:

<https://www.ci-portal.de/styleguides/>
<https://www.logodesignlove.com/brand-identity-style-guides> (księgi znaku)
<https://www.smashingmagazine.com/2010/07/the-evolution-of-the-logo/>
<https://design.google/>
<https://www.designweek.co.uk/landing-page/branding/>
<https://www.designbyday.co.uk/>
<https://www.printmag.com/categories/branding-identity-design>
<https://eyeondesign.aiga.org/>
<https://www.thisiscoolossal.com/>
<https://www.designweek.co.uk/>
<https://www.creativereview.co.uk/>
<https://www.printmag.com/>
<http://50watts.com/>
<https://readymag.com/examples/>
<http://www.logobook.com/>
<https://logopond.com/>
<https://the-brandidentity.com/>

Poszczególne studia projektowe:

<https://www.pentagram.com/>
<https://brittfunderburk.com/>
<https://www.otwarte.com.pl/pl/>
<https://www.basicagency.com/>
<https://sociodesign.co.uk/>

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

	Wykład	—
--	--------	---

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Konwersatorium, ćwiczenia, laboratorium, itd.	6 0
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	1 0
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	5 0
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	1 0
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	5 0
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	1 0
Ogółem bilans czasu pracy		1 0 0
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		4