KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| NAZWA  | Identyfikacja Wizualna |
| *NAZWA W J. ANG.*  | *Visual Identity Design*  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| KOD  |  | PUNKTACJA ECTS\*  | 4 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| KOORDYNATOR  | dr Katarzyna Wojdyła | ZESPÓŁ DYDAKTYCZNYmgr Monika Chrabąszcz-Tarkowskamgr Karolina Szafran |

OPIS KURSU (Cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Kurs ma na celu wykształcenie umiejętności niezbędnych do wykonywania prac w obrębie projektowania identyfikacji wizualnej. W trakcie kursu studenci zapoznają się z zagadnieniami związanymi z tożsamością marki oraz procesem projektowania identyfikacji wizualnej. Zadania i ćwiczenia projektowe realizowane w trakcie kursu wyposażają studentów w praktyczne umiejętności projektowe. Cele kursu:* nabycie wiedzy z zakresu projektowania identyfikacji wizualnej opartej na historii projektowania graficznego oraz obserwacji współczesnych trendów projektowych
* nabycie umiejętności umożliwiających samodzielną realizację projektu identyfikacji wizualnej o wysokich walorach estetycznych i funkcjonalnych
* zapoznanie z metodologią projektową związaną z projektowaniem identyfikacji wizualnej oraz wykształcenie umiejętności formułowania założeń projektowych, zaznajomienie z terminami: harmonogram, deadline, brief projektowy
* wzbudzenie 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  | * podstawowa wiedza zakresu projektowania znaku
 |
| UMIEJĘTNOŚCI | * podstawowa znajomość programów graficznych
* umiejętność świadomego posługiwania się elementami kompozycji graficznej,
* podstawowa wiedza z zakresu metodologii projektowej
 |
| KURSY | * Warsztaty Działań Twórczych, Obrazowanie wektorowe, Struktury Graficzne, Typografia, Projektowanie ikon i symboli.
 |

EFEKTY KSZTAŁCENIA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|        WIEDZA |   Efekt kształcenia dla kursu |   Efekty kształcenia dla kierunku |
| **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.**W 2** Zna aktualne zjawiska w projektowaniu identyfikacji wizualnej, jest świadomy przemian podejścia do projektowania identyfikacji wizualnej na tle historii projektowania graficznego**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\_W02 K\_W01 K\_W06  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|        UMIEJĘTNOŚCI |   Efekt kształcenia dla kursu | Efekty kształcenia dla kierunku |
| **U 1** Potrafi zaprojektować spójną i cechującą się wysokimi walorami estetycznymi identyfikację wizualną firmy, marki lub wydarzenia. **U 2** Potrafi opracować istotne elementy księgi identyfikacji wizualnej oraz zaprojektować wybrane elementy identyfikacji wizualnej stosując się do opracowanych zasad.**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\_U01, K\_U05 K\_U02, K\_U03K\_U06 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|        KOMPETENCJE  SPOŁECZNE |   Efekt kształcenia dla kursu | Efekty kształcenia dla kierunku |
| **K 1** Posiada kompetencje umożliwiające realizację projektów identyfikacji wizualnej lokalnych marek, mikro-przedsiębiorstw, instytucji, wydarzeń kulturalnych. **K 2** Ma świadomość konieczności dalszego poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności w zakresie projektowania identyfikacji wizualnej**K 3** Zna wartość rzetelnej pracy, rozumie swoją rolę jako twórcy komunikatu wizualnego w dystrybucji informacji do obiegu publicznego.  | K\_K02K\_K03K\_K05  |

|  |
| --- |
| ORGANIZACJA |
| FORMA ZAJĘĆ  |  WYKŁAD (W) | ZAJĘCIA W GRUPACH |
|  A |  | K |  | L |  | S |  | P |  | EL |  |
| LICZBA GODZIN  |  |  |  | 45 |  |  |  |

OPIS METOD PROWADZENIA ZAJĘĆ

|  |
| --- |
| Zajęcia prowadzone są w formie laboratoryjnej, studenci realizują zadania projektowe, które są następnie omawiane podczas konsultacji indywidualnych oraz przedstawiane na forum grupy. Zajęciom praktycznym towarzyszą krótkie prezentacje wprowadzające podstawową wiedzę z zakresu teorii projektowania identyfikacji wizualnej. Podczas zajęć analizowane są i omawiane przykłady współcześnie powstających identyfikacji. |

FORMY SPRAWDZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **E – learning** | **Gry dydaktyczne** | **Ćwiczenia w szkole** | **Zajęcia terenowe** | **Praca laboratoryjna** | **Projekt indywidualny** | **Projekt grupowy** | **Udział w dyskusji** | **Referat** | **Praca pisemna (esej)** | **Egzamin ustny** | **Egzamin pisemny** | **Inne** |
| W1 | x |  |  |  |  | x |  | x |  |  |  |  |  |
| W2 | x |  |  |  |  | x |  | x |  |  |  |  |  |
| W3 | x |  |  |  |  | x |  | x |  |  |  |  |  |
| U1 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |
| U2 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |
| U3 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |
| K1 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |
| K2 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |
| K3 | x |  |  |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| OCENA  | Na ocenę końcową składają się:* ocena poziomu projektowego i technicznego wykonania prac
* ocena aktywności i zaangażowania na zajęciach
* rzetelność i terminowa realizacja zadań semestralnych
* metodologia pracy: koncepcje wstępne, szkice, warianty
* umiejętność praktycznego zastosowania zdobytej wiedzy w zadaniach projektowych
* ocena poziomu publicznej prezentacji
* oryginalność opracowania projektów własnych
* spójność formalna, walory estetyczne, szczegółowość opracowania
 |

|  |  |
| --- | --- |
| UWAGI  |  |

TREŚCI MERYTORYCZNE (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| * identyfikacja wizualna, 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
* projektowanie systemu identyfikacji wizualnej
* etapy procesu projektowania: research, analiza, brief, założenia projektowe, współpraca z klientem, rozpoznawanie potrzeb, stawianie i formułowanie celów projektu, harmonogram pracy, deadline, feedback...
 |

WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ

|  |
| --- |
| D.Airey, *Logo Design Love*, wyd. Helion, Gliwice 2015P.Hardziej, *CPN. Znak, identyfikacja, historia*, wydawnictwo Karakter, Kraków 2019A. 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 2013E.Gonzalez-Miranda, T.Quindos, *Projektowanie ikon i piktogramów*, wyd. d2d, Kraków 2019K. Elam, *Geometria w projektowaniu*, wyd. d2d, Kraków 2019H. R. Bosshard, *Reguła i intuicja. O rozwadze i spontaniczności projektowania*, wyd. d2d, Kraków 2019J. 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 2015Strony 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.thisiscolossal.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)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | - |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 45 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 5 |
| Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 40 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 5 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | - |
| Przygotowanie do egzaminu | 5 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 100 |
| Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | **4** |