KARTA KURSU

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

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| KOORDYNATOR | dr Katarzyna Wojdyła | ZESPÓŁ DYDAKTYCZNY  mgr Monika Chrabąszcz-Tarkowska  mgr 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\_U03  K\_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\_K02  K\_K03  K\_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 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  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.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** |