

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**VK Grafisk Design**  
**Fagbeskrivelse**  
**Forår 2016**

**Visuel Identitet/Design**

**4. semester**

**Varighed: 5 uger (10 erts)**

**Formål**

Den studerende skal kende, forstå og kunne omsætte en brandingstrategi til en original visuel identitet, der er relevant og værdiskabende for en virksomhed eller organisation. Endvidere skal den studerende kunne udvikle et sammenhængende komplekst designprogram med mange designparametre applikeret på mange forskelligartede enheder og medier.

Modulets centrale fagelementer er:

- analyse af brandingstrategi, omgivelser og interesser
- logo og visuel kommunikation – koncept- og ideudvikling
- visuelle grundelementer – designudvikling
- applikation og implementering på tværs af mange enheder og medier
- 'det nye paradigme' – dynamisk visuel identitet og adaptive/responsive systemer

De studerende skal:

- kunne argumentere for visuelt koncept, visuel strategi og visuel positionering i forhold til omgivelser og interesser
- designe logoer med afsæt i brandingstrategi
- udarbejde identitetsskabende grundelementer typografi, farve, billedstil og grafik
- kunne skabe visuel genkendelighed og kohærens på tværs af formater, medier og designprodukter

**Redskaber**

Analyse, operationelle brandingmodeller til idegenerering, systematiske tilgange til løsning af komplekst designproblem.

**Egenskaber**

Overblik, analytisk og strategisk tankegang, originalitet.

**Metoder**

Forløbet er en kombination af forelæsninger, holdundervisning, gruppearbejde, selvstudium, tutorials, løsning af øvelser og opgaver. Opgaver og øvelser løses individuelt eller i grupper. I forløbet lægges der vægt på analyse og refleksion og feedback på egne og andres produkter og proces.

**Læringsmål**

Efter forløbet skal de studerende have indsigt i og viden om:

- 'oversættelse' af brandingstrategi til visuelt udtryk
- design af koncept og logo som skiller sig ud, er relevant og værdiskabende
- udvikling af øvrige identitetsbærende visuelle grundelementer

- betydningen af kohærens
- betydningen af variation
- 'det nye paradigme': dynamisk visuel identitet samt adaptiv/responsiv design

kunne

- udarbejde logoer og koncepter ud fra brandingstrategi
- udvikle øvrige designelementer som typografi, farver, billedstil og grafik
- applikere sammenhængende visuelt udtryk på tværs af mangfoldighed af enheder
- argumentere for valg

### Læremidler

Wheeler, A.: *Designing Brand Identity*, 4th ed. John Wiley & Sons, Inc., 2013.

Mollerup, P.: *Marks of Excellence*, Phaidon Press Limited, 2001

Nes, I. van: *Dynamic Identities*, BIS, 2012

Online-tutorials: Lynda.com

### Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlings.

### Prøveform

30 minutters mundtlig eksamen (inkl. votering) på baggrund af en individuel, skriftlig afleveret opgave, hvor den studerende skal dokumentere sin kompetence til selvstændigt at løse opgaver indenfor grafisk konceptudvikling og visuel identitet.

Der gives en samlet bedømmelse efter 7-trins-skalaen med ekstern censur.

### Studieaktivitetsmodel:

