

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole  
VK – Grafisk Design.**

**Fagbeskrivelse for  
Visuel Identitet.**

**F22.**

**4. Semester, 5 uger. 2. maj. - 3 juni 2022.**

**10 ECTS.**

## **Formål**

Den studerende skal lære, at projektplanlægge, researche, konceptudvikle, implementere og dokumentere en visuel brand identitet. Ved hjælp af gængse modeller for problemløsning inden for design af komplekse designprodukter lærer den studerende, hvordan en verbal brand strategi kan omsættes til en visuel identitet. Den studerende vil være i stand til at udvikle en designguide til et komplekst, men sammenhængende designsystem med en passende 'værktøjskasse' af designkomponenter anvendt på en lang række touchpoints.

## **Pædagogisk og didaktisk tilgang**

Refleksiv praksislæring, hvor den studerende reflekterer over egen og andres proces mens der arbejdes med designprocessen i praksis. Gennem hele forløbet arbejdes med udvikling af en visuel identitet til en konkret ekstern rekvirent. Undervisningen er en kombination af forelæsninger, case-studies, holdundervisning, gruppearbejde og selvstudium individuelt eller i grupper. I forløbet lægges der vægt på overblik over egen proces samt originaliteten og eksekveringen af det resulterende produkt. Produktet skal både opfylde krav fra den eksterne rekvirent såvel som fagets læringsmål.

## **Redskaber**

Adobe CC: Illustrator, InDesign, Photoshop og After Effects, Acrobat, analoge tegne- male- og skitseringsredskaber samt kamera.

## **Læringsmål**

De studerende skal opnå viden om:

- Metode til kompleks problemløsning anvendt på udvikling af visuel identitet
- Fagtermer vedrørende branding og visuel identitet
- Brand strategi og brand brief
- Konceptudvikling for visuelle identiteter.
- Dynamiske visuelle identiteter.
- Krav og kriterier til visuel identitet
- Designudvikling og specificering af visuel identitet
- Implementering og dokumentering af visuel identitet
- Kundepræsentation af visuel identitet

De studerende skal opnå færdigheder i at:

- Forstå en brand brief
- Empatisere med et brand
- Idéudvikle koncepter til visuel identitet
- Teste løsning
- Specificere designelementer i visuel identitet, herunder logo, skrift og typografi, farvepalette, billedstil, grafiske elementer mm.
- Udvikle design guidelines/designmanualer

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Håndtere en multidisciplinær designproces til udvikling af visuel identitet
- Vurdere kvaliteten/egnetheden af koncepter for visuel identitet
- Sikre konsistent visuel identitet på tværs af touchpoints
- Tilrettelægge og afholde en kundepræsentation

## Læremidler

Skal anskaffes:

- Wheeler, A. (2017): *Designing Brand Identity*, 5th ed. John Wiley & Sons, Inc.

Kan anskaffes:

- Olins, W. (1994): *Corporate Identity*, Thames & Hudson
- Klanten, R. & Sinofzik, A. (2012): *Visual Identities for Small Business*, Gestalten
- Hanington, B. & Martin, B. (2012): *Universal Methods of Design*, Rockport
- Johnson, M. (2002): *Branding in 5 1/2 steps*, Phaidon Press
- Møllerup, P. (2001): *Marks of Excellence*, Phaidon Press Limited
- Nes, I. van (2012): *Dynamic Identities*, BIS

## Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt ved øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

## Prøveform

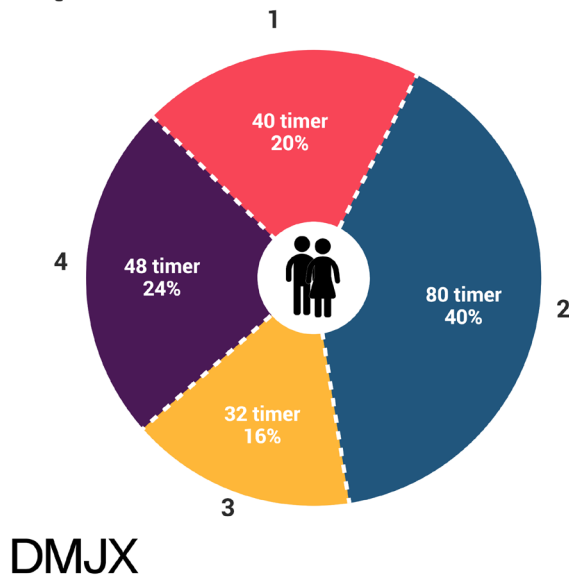
30 minutters mundtlig eksamen (40 minutter for grupper) med intern eksaminator og ekstern censor, hvor den studerende skal demonstrere evner til selvstændigt at planlægge, researche, konceptudvikle, implementere og dokumentere visuel identitet. Eksamen er individuel eller i grupper af max. 2 personer. Karakterer gives efter 7-trinsskalaen på baggrund af en helhedsvurdering af en skriftlig rapport samt et gennemarbejdet designprodukt.

## Studieaktivitetsmodel:

### Studieaktivitetsmodellen

#### Visual Identity

200 timer i alt  
10 ECTS points  
5 uger



#### Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Lectures, user tests, discussions, demonstrations, presentations.

#### Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Individual assignments and group work.

#### Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Reading and research.

#### Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Individual supervision at the work station. Group tuition.

Godkendt / NN Januar 2022