



2. projekt 2. sem
marts 2012

> Så tager vi cyklerne frem . .

Kampagne for mere cyklisme

1. Indledning

I bliver bedt om at designe forslag til en visuel identitet til en kampagne for mere cyklisme. Det er målet med kampagnen at flere cykler på arbejde, til uddannelse mv for på én gang at forbedre folkesundheden og være med til at skabe et bedre miljø i København, med mindre motoriseret trafik.

I må gerne udvælge et særligt fokusområde for kampagnen, som fx trafik-sikkerhed, miljø, motion. I må også gerne foreslå andre mulige fokusområder for kampagnen. Kampagnens navn er en del af opgaven. Anvendelse af en eventuel tagline er valgfrit.

Afsender og modtager skal I fastlægge som en del af opgaven. Det kan som afsender fx være Dansk Cyklist Forbund, trafikministeriet eller en sammen-slutning af cykelproducenter og detailed (cykelhandlere) som ser en mulig-hed for at profilere sig. Modtagergruppen kan være bred eller en smallere gruppe givet af sammenhængen med kampagnens focusområde.

2. Formål

Det er projektets formål at give den studerende en viden om målgruppe-analyse, kommunikationsplanlægning, visuel kommunikation og design med henblik på at kunne give begrundede forslag til elementer i en visuel identitet.

3. Følgende fagområder er repræsenteret i projektet

- Grafisk design og digital design
- Kommunikation

4. Produktmål

Det er opgaveforløbets mål at udarbejde en kommunikationsplan og i for-længelse heraf et designforslag til en visuel kommunikation herunder visuel identitet. Forslaget skal lægge særlig vægt på bomærke og logotype samt vise anvendelse af visuelle virkemidler på digitale og trykte medier. Desuden udarbejdes en rapport som dokumenterer analyse og udvikling.

5. Procesmål

Aktiviteter

Det er afgørende at afdække, hvem vi skaber den visuelle identitet for og hvem vi kommunikerer med. Arbejdet med en kommunikationsmodel vil hjælpe os med at afklare dette. Med en kommunikationsplan forsøger vi at sikre, at budskabet når frem til målgruppen med den ønskede effekt og når vi arbejder med kommunikation, er der en lang række forhold vi må overveje.

- Der udarbejdes en kort virksomhedsanalyse af afsender med fx SWOT.
- Kommunikationen analyseres med udgangspunkt en kommunikationsmodel og på dette grundlag udarbejdes en kommunikationsplan.
- I skal vurdere elementer som målgruppe, afsender, budskab.
- Med udgangspunkt i den udarbejdede kommunikationsplan skal I vurdere, hvilken betydning det får for arbejdet med den visuelle identitet.
- Udarbejd en visuel præsentation af kommunikationsmodel og plan.

Den visuelle identitet skal sikre, at det synlige billede af afsender afspejler den samlede identitet. Den skal ideelt set være et koncentrat af alt, hvad afsender står for.

- Udarbejd en præsentation af jeres billede (image) af afsenders og modtagers identitet, fx som moodboard (collage) i PhotoShop.
- Udarbejd på den baggrund et forslag til grundelementer i den visuelle identitet - bogstavmærker, former, farver og typografi.
- Udarbejd en præsentation, som viser eksempler på implementering. Grundelementerne ønskes vist med eksempler på anvendelse i både digitale og trykte medier. Fx website, evt landing page, smartphoneapp, dagbladsannoncer, plakater, flyers mv.

Den foreslåede kampagne er fiktiv. Det væsentlige i opgaven er det grafiske og I må meget gerne foreslå andre områder til samme kampagne. Der forventes ikke at websitet er fuldt fungerende, det kan præsenteres delvist som "dumps".

Værktøjer

Grafisk materiale fremstilles med både objekt- og bitmapværktøjer - hertil anvendes Illustrator og PhotoShop.
Præsentationsforslag udarbejdes i InDesign.

Rapporten skal indeholde

- Problemformulering og afgrænsning.
- Tidsplan for eget projekt.
- Analuse og præsentation af afsender og modtager.
- Kommunikationsmodel og -plan.
- Plan for gennemførelse af kampagnen, med angivelse af væsentlige leverancer, aktiviteter, ressourcer, interessenter & sponsorer, samt det tilhørende budget (Kampagnens likviditetsbudget).
- Præsentation og begrundelse for visuel identitet.
- Begrundede eksempler på implementeringer af visuel identitet.
- Procesevaluering der indeholder:
 - Læringsmål for gruppen
 - Opfølgning på læringsmål

Eksempler på refleksionsspørgsmål:

- * Hvad har jeg lært under forløbet?
- * Hvordan hænger det sammen med mit forhåndskendskab til emnet og denne opgavetype?
- * Er det, hvad jeg forventede at lære?
- * Hvad her jeg mere brug for at lære om emnet/opgaven?
- * Hvad vil jeg foretage mig for at komme til at lære dette?

6. Litteratur og links

Navigationssti:

MULSTUD > Arkiv > 2. semester > tr11mul02/tr11mul03 - forår 2012 > Visuel Identitet og Branding

Artikler på Fronter

Links på Fronter

Eksempler på designprogrammer på Fronter

Jan Krag Jacobsen: 25 spørgsmål

Supplerende forslag

Per Møllerup: Marks of Excellence

Wally Olins: Guide til visuel identitet

Kontrapunkt: Kronen på værket (www.kontrapunkt.dk)

7. Tilbage melding

Problemformulering og kommunikationsplan godkendes.

- Mul2: tirsdag den 6. marts af MLI
- Mul3: onsdag den 7. marts af MLI

Udkast til visuel identitet skal godkendes

- Mul2: tirsdag den 9. marts af IWPO.
- Mul3: onsdag den 9. marts af JHI

I booker møder med henblik på godkendelse.

Afsluttende tilbage melding på projektet vil foregå:

- Mul2: mandag den 19. marts ved JHI
- Mul3: onsdag den 21. marts ved MLI

Der gives gruppevis tilbage melding på rapport og produkt.

Se plan på Fronter.

8. Formalia

Projektet løses i grupper med 3-4 deltagere. Grupper danner I selv - liste med gruppedeltagere (fulde navn) mailes til mli@knord.dk

Det maksimale omfang af projektrapporten er 15 sider.
(2400 anslag per side) excl. bilag.

Fredag den 16. marts senest kl. 14.00 uploades på Fronter:

Projektrapport som PDF samt alle produkter og tilhørende filer struktureret i mapper samlet som zip.

Projektet er et obligatorisk projekt og at det skal godkendes for at den studerende senere kan indstilles til 2. semester eksamen.

Projektet skal uploades Portfolie. Dette er en forudsætning for at få projektet godkendt. Frist for upload i portfolie er fredag den 16. marts kl. 17.00