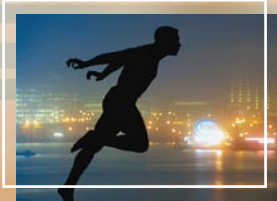


Visuel ID og kommunikation



3. projekt 1. sem
okt. - nov. 2009



En sund sjæl i et sundt legeme

Informationskampagne til unge

1. Indledning

Den danske ungdom (15 - 25 år) er mindre idrætsaktive end tidligere. Samtidig er der stigende problemer med spiseforstyrrelser både blandt idrætsaktive og ikke aktive. Og de unge har generelt et stigende misbrugsproblem med stoffer som amfetamin og extacy samtidig med at præstationsfremmende stoffer udbredes mere og mere inden for idræt. Dansk Idrætsforbund vil på den baggrund gennemføre en informationskampagne for unge om idræt, ernæring og misbrug herunder doping.

Dansk Idrætsforbund ønsker derfor forslag til, hvordan en informationskampagne visuelt kan udformes, så den på én gang fremtræder ens i forskellige medier og tydeligt viser, at der er tale om et samlet koncept for hele kampagnen, og samtidig fremtræder med hver sin identitet inden for de forskellige informationsområder og forskellige idrætsgrene.

De foreløbige områder som har informationsbehov er:

- Rekruttering via nye alternative idrætstyper: skatere, street basket, beach volley mm.
- Ernæring: både krop og sjæl bliver stærkest med de rigtige „byggematerialer”
- Spiseforstyrrelser: bulimi og spisevægring
- Hormoner og andre stoffer til kunstigt at opbygge muskelstyrke
- EPO og andre måder at snyde sig til større udholdenhed
- Misbrug: når weekend sjov bliver til hverdagsmisbrug.

2. Formål

Det er projektets formål at give den studerende en viden om målgruppeanalyse, 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 forlængelse 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 website 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.

- Kommunikationen analyseres med udgangspunkt i Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel og på dette grundlag udarbejdes en kommunikationsplan.
- 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 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, dagbladsannoncer, plakater, flyers mv.

De foreslåede områder med informationsbehov er alene forslag. Det væsentlige i opgaven er det grafiske, så I må meget gerne foreslå andre emneområder til samme kampagne. Der forventes ikke at websitet er fungerende, det kan præsenteres som "dumps".



Værktøjer

Grafisk materiale fremstilles med både objekt- og bitmapværktøjer – her- til anvendes Illustrator og PhotoShop. Præsentationsforslag udarbejdes i InDesign, som igangsættes under dette opgaveforløb.

Rapporten skal indeholde

- Problemformulering og afgrænsning
- Tidsplan
- Kommunikationsplan
- Præsentation af afsenders image
- 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

www.dif.dk

Digitalt Grafisk Design: kapitel 01.01 og 02.02 samt hele 04

Jan Krag Jacobsen, 25 spørgsmål, s. 1-115

www.ddc.dk/DESIGNVIDEN/artikler/DESIGNGUIDE

www.kimswebsite.dk

www.webstyleguide.com

Eksempler på designprogrammer på Fronter

"Organisation" kap. 9, 10 og 11

Artikel af Lisbeth Thorlacius

Supplerende forslag

Per Møllerup: Marks of Excellence (www.designlab.dk)

Wally Olins: Guide til visuel identitet (www.wallyolins.com)

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



7. Tilbage melding

02. nov.

skal problemformulering og kommunikationsplan godkendes af FDTA.

04. nov.

skal moodboard og udkast til visuel identitet være godkendt af MORO.

I booker møder med henblik på mellemkritik og delgodkendelse.

Afsluttende tilbage melding på projektet vil foregå:

- fredag den 13. november kl. 8.40 - 15.00.

Der gives gruppevis tilbage melding på rapport og produkt.

Se plan på Fronter.

8. Skema

	23/10/09	A-C	Visuel identitet Introduktion til InDesign	3. Projekt: Visuel Identitet	Kendskab til grundelementer og anvendelse	Noter på Fronter	107	DSK	
	24/10/09								
	25/10/09								
44	26/10/09	A-C	Kommunikation		About a new method. Target group, message, medium and sender.	Jan Krag Jacobsen - 24 questions for planned communication, Q.1-10	107	FDTA	
	27/10/09	A-C	Dokumentation af design		Metoder til dokumentation af design – design manualer, specs og design guides	http://www.cidoc.net/	107	MORO	
	28/10/09								
	29/10/09	A-C	Visuel Identitet Detaljeret arbejde med InDesign		Kendskab til research, analyse og praksis	Noter på Fronter Digital Grafisk Design: kapitel 2	107	DSK	
	30/10/09	A-C	Designbrief Halloween party		Kendskab til kommunikation om den grafiske udvikling	Noter på Fronter Digital Grafisk Design: kapitel 2	107	DSK	
	31/10/09								
	01/11/09								
45	02/11/09	A-C	Kommunikation	Effect on targetgroups, the product, distribution and the chosen media. Scope, budget, legal issues and production.	Jan Krag Jacobsen - 24 questions for planned communication, Q.11-24	107	FDTA		
	03/11/09								
	04/11/09								
	05/11/09	A-C	Visuel kommunikation	Analyse og fremlæggelse af udvalgte websites ud fra Thorlacius kommunikationsmodel	Lisbeth Thorlacius* Model til analyse af visuel kommunikation på websites* på Mit Nord	107	MLI		
	06/11/09	B-C	Projektvejledning	De studerende har mulighed for at stille spørgsmål samt få vejledning til projektet		107	MLI/FDTA		
	07/11/09								
	08/11/09								
46	09/11/09	A-C	Organisation	Repetition on project management Osterbahn-Fischer approach. Storyboarding and design approaches.	Osterbahn-Fischer - Developing Multimedia	107	FDTA		
	10/11/09	A-C	Webdesign med Dreamweaver	Intro til Dreamweaver: Byg et website fra grunden	www.adobe.com/dreamweaver	107	MORO		
	11/11/09	A-C	Projektvejledning	De studerende har mulighed for at stille spørgsmål samt få vejledning til projektet			DSK/MORO		
	12/11/09	A-C	High as a Kite	Socialt arrangement		107	DSK/MORO		
	13/11/09	A-C	Feedback 3. Projekt			107	DSK/MORO		

Huske at checke eventuelle ændringer på Fronter



9. Formalia

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

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

Onsdag den 11. november senest kl. 14.00 afleveres til Charlotte Jørgensen: Projektrapport samt CD men alle produkter og tilhørende filer struktureret i mapper og en PDF-version af rapporten.

Designforslag (produkt) uploades i Portfolie. Dette er en forudsætning for at få skriftlig tilbagemelding.

*En ting er ikke færdig
når der ikke kan lægges mere til,
men når der ikke kan
trækkes mere fra.*

Antoine de Saint-Exupéry