

ΉΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

| | | | |
|---|---|--------------------------------------|---------------------------|
| ΣΧΟΛΗ | ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ | | |
| ΤΜΗΜΑ | ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | | |
| ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ | | |
| ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ | N1-4020 | ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ | Δ' |
| ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ | ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ | | |
| ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i> | | ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ | ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ |
| Διαλέξεις, Ασκήσεις Πράξης και Εργαστηριακές Ασκήσεις | | 4 (2Θ+2Ε) | 6 |
| <i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i> | | | |
| ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i> | Μάθημα Ειδικότητας | | |
| ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: | | | |
| ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ: | ΕΛΛΗΝΙΚΗ | | |
| ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS | ΝΑΙ | | |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL) | https://eclass.uniwa.gr/courses/GRAF102/ | | |

(1) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α:

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β:

- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Το μάθημα αυτό αποτελεί εισαγωγική βάση στην κατανόηση της έννοιας της Εταιρικής Ταυτότητας. Η ύλη του μαθήματος αποσκοπεί στην προσέγγιση της δομής και της λειτουργίας της Εταιρικής Ταυτότητας, ώστε να μελετηθεί ο σχεδιασμός της. Επίσης, μεθοδεύει τις γνώσεις που απαιτούνται για τη σταδιακή εμβάθυνση στο ευρύτερο πεδίο, καθώς και για την επίλυση προβλημάτων του σχεδιασμού.

Οι φοιτητές, -ριες επιλέγουν, συγκεντρώνουν, παρουσιάζουν και ερμηνεύουν στοιχεία του γνωστικού πεδίου. Έτσι διαμορφώνουν κρίσεις που περιλαμβάνουν προβληματισμούς σε σχετικά μορφολογικά, λειτουργικά, αισθητικά θέματα ή υπεισέρχονται και σε ηθικά και κοινωνικά ζητήματα.

Εκπαιδεύονται, προκειμένου να είναι σε θέση να κοινοποιούν ερευνητικά στοιχεία και να προτείνουν επιλύσεις ζητημάτων σε ειδικευμένο και μη κοινό.

Επίσης, αναπτύσσουν δεξιότητες απόκτησης γνώσεων, προκειμένου να συνεχίσουν σε μεγαλύτερο βάθος τη μελέτη του σχεδιασμού γραφιστικών έργων και την ένταξή τους σε διαφορετικά περιβάλλοντα που απαιτεί η εκάστοτε εταιρική ταυτότητα για τη διενέργεια της επικοινωνίας της.

Οι φοιτητ -ές, -ριες με τη συνεπή παρακολούθηση του μαθήματος και την εκπόνηση των ασκήσεων του αποκτούν τη δυνατότητα απόδοσης σχεδίων και διαχείρισης σύνθετων δραστηριοτήτων, που αφορούν σε θέματα σχετικά με τη σπουδή και την εργασία στο πεδίο έρευνας και μελέτης.

Με την ολοκλήρωση της παρακολούθησης του μαθήματος επιτυγχάνεται η εκτίμηση προβλημάτων της Εταιρικής Ταυτότητας και η προσέγγιση εναλλακτικών επιλύσεων τους μετά από:

- αναγνώριση του πεδίου της Εταιρικής Ταυτότητας με ικανότητα εφαρμογής γνώσεων, αξιοποίηση της τεχνογνωσίας με δυνατότητα λογικής και δημιουργικής σκέψης, καθώς και επιδέξια εφαρμογή μεθόδων, χρήση εργαλείων και υλικών,
- εξέταση ερευνητικών περιοχών και η ταξινόμηση σχετικών στοιχείων και πληροφοριών,
- κατανόηση της οργανωτικής δομής και των συστατικών μερών της Εταιρικής Ταυτότητας,
- διατύπωση, συμπερασματικών απόψεων και αξιολογικών κρίσεων, καθώς και υποστηρικτικού λόγου ορισμών, εκτιμήσεων και προτάσεων,
- επανοργάνωση δομών ή δημιουργία νέων δομών Εταιρικής Ταυτότητας συνολικά ή μελέτη επιμέρους στοιχείων της,
- αναζήτηση πολλαπλών κατευθύνσεων επίλυσης ζητημάτων του πεδίου μελέτης,
- αξιοποίηση των προσωπικών δεξιοτήτων και επιδόσεων, ατομικών και συλλογικών ιδεών και οραμάτων,
- ανάπτυξη ικανοτήτων γενικής συνεργασίας με συμφοιτητ -ές, -ριες και η προετοιμασία για μελλοντικές επαγγελματικές δράσεις και συνεργασίες.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;.

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

.....

Άλλες...

.....

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των σχετικών και απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Λήψη αποφάσεων
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Σχεδιασμός και προτάσεις διαχείρισης έργων
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα αξιών και επικοινωνίας
- Σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα, όπως στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
- Σεβασμός στο φυσικό και το ανθρωπογενές περιβάλλον
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

(2) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Με το μάθημα Εταιρική Ταυτότητα επιδιώκεται:

Η ανάδειξη του ρόλου της επικοινωνίας σε διαφορετικά μέσα. Η καλλιέργεια της πρόθεσης παρουσίασης ευανάγνωστου και σχεδιαστικά άψογου -κατά το δυνατόν- τελικού προσχεδίου και αιτιολογημένων επιλογών.

Η ανάπτυξη της κριτικής ικανότητας του ή της σπουδαστ -ή, -ριας, ώστε να επιλέγει "απαντήσεις" αντίστοιχες του μέσου προβολής, ανάλογα με το θέμα και σε σχέση με την έρευνα πεδίου που έχει διενεργήσει.

Θεωρητικό Μέρος Μαθήματος

Λειτουργεί υποστηρικτικά για το συνολικό σχεδιασμό, που καλείται να πραγματοποιήσει ο σπουδαστής στο συγκεκριμένο εργαστήριο: σήμα-λογότυπο, εταιρική ταυτότητα, διαφημιστικό έντυπο, καταχώρηση και ελεύθερη επιλογή εφαρμογών του σήματος-λογότυπου π.χ. σε συσκευασία προϊόντων..., των οποίων η συστηματική αντιμετώπιση γίνεται ουσιαστικά για πρώτη φορά.

Δίνεται εξ αρχής έμφαση στην αναγκαιότητα της έρευνας και συνακόλουθα στη μελέτη και την ανάλυση, με τη βοήθεια των οποίων γίνεται κατανοητή η προσέγγιση του επικοινωνιακού σχεδιασμού αυτών των διαφορετικής έκφρασης μέσων.

Αναλύεται ο καταλυτικός ρόλος της εταιρικής ταυτότητας στο προφίλ, που κάθε εταιρία επιθυμεί να επικοινωνήσει στο στοχευμένο κοινό της.

Μελετώνται συνήθειες και μη τύποι διαφημιστικών εντύπων. Ερευνάται η στρατηγική προώθησης της εταιρικής ταυτότητας και σε διαφορετικές κατηγορίες καταχωρήσεων, επομένως και ποικίλα projects. Επίσης, προτείνεται η αναζήτηση προβολής της εταιρικής ταυτότητας και σε άλλα επικοινωνιακά μέσα π.χ. σε συσκευασίες cd διαφορετικών ειδών μουσικής.

Εργαστηριακό Μέρος Μαθήματος

Ανάλυση και πρακτικές εφαρμογές σε σχέση με το ρόλο της επικοινωνίας, μέσω του σχεδιασμού σήματος-λογότυπου, εταιρικής ταυτότητας, διαφημιστικού εντύπου και άλλων μέσων προώθησης, όπως προτάσεις καταχώρησης, συσκευασίας αντικειμένων καθημερινής χρήσης, κ.λπ.

Ο σχεδιασμός των προτάσεων περιλαμβάνει τόσο την αναζήτηση, όσο και τη μελέτη της ένταξής τους σε αντίστοιχα περιβάλλοντα των εφαρμογών της εταιρικής ταυτότητας.

Έτσι, εμπεδώνονται οι βασικές αρχές σχεδιασμού της εταιρικής ταυτότητας και κατανοείται η σημασία της στην οπτική επικοινωνία, αλλά και στην επικοινωνία γενικότερα.

(3) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

| | | |
|---|--|---------------------------------|
| ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i> | Παράδοση φακέλου εργασιών στην τάξη, καθώς και ψηφιακά αρχεία αναρτημένα στο eclass | |
| ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i> | e class μαθήματα, παρουσιάσεις με χρήση Η/Υ, ενδιάμεσες και τελικές παραδόσεις εργασιών με χρήση γραφιστικών προγραμμάτων (π.χ. ADOBE SUITE) | |
| ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</i> | Δραστηριότητα | Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου |
| | Διαλέξεις | 20 |
| | Μελέτη βιβλιογραφίας | 10 |
| | e class | 10 |
| | Ασκήσεις Πράξης, που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και στην ανάλυση επιμέρους θεμάτων ατομικά ή και σε μικρότερες ομάδες φοιτητών | 40 |
| | Ατομική ή και Ομαδική Εργασία Εκπόνηση σχεδίων επιμέρους θεμάτων | 20 |
| | Αυτοτελής μελέτη | 50 |
| | | |
| | | |
| | | |

| | | |
|--|---|------------|
| | | |
| | Σύνολο Μαθήματος | 150 |
| <p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i></p> <p><i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i></p> <p><i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</i></p> | <p>1. Γραπτή τελική εξέταση που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις κρίσεως σε θέματα του γνωστικού πεδίου • Αναλύσεις και τεκμηριωμένες απόψεις και προτάσεις που αφορούν: <ul style="list-style-type: none"> – στην επίλυση προβλημάτων σχετικών με δεδομένα ενός ή και περισσότερων επιμέρους έργων της Εταιρικής Ταυτότητας, μέσω προτάσεων σχεδιασμού στοχευμένων γραφιστικών εκφράσεων, – στη συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων της Εταιρικής Ταυτότητας, στην αναγνώριση των αξιών που προβάλλει, καθώς και στη διατύπωση προτάσεων ένταξής τους στη δομή, τη μορφή και τη λειτουργία της. <p>2. Παρουσίαση Ατομικής ή και Ομαδικής εργασίας .</p> | |

(4) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

Μήλιος, Α. (2020). *Εταιρική ταυτότητα και εικόνα*. Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ Α.Ε.

Karferer, J. N. (2013). *Διοίκηση Μάρκας*. (επιμ. Ρηγοπούλου, Ε.). Αθήνα: ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ. ΕΠΕ.

Ξενόγλωσση:

Clark communications. (1998). *Letterhead and Logo Design*. USA.: Rockport Publishers.

Dabner, D. (2004). *Design και layout: δημιουργώντας με γραφικά*. (επιμ. Δραμουντάνης, Ν.). Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.

Dewsnap, D. (1992). *Desktop publisher's easy type guide: the 150 most important typefaces*. USA: Rockport Publishers.

Eksell, O. (1970). *Γραφικό Σχέδιο - Εφαρμογές στην επιχείρηση*, (μτφρ. Κάνδρου, Σ.) Αθήνα: Παπαζήσης, (Τίτλος πρωτότυπου: *Corporate Design Programs*, London: Studio Vista LTD).

Fishel, C., & Gardner, B. (2008). *Logo lounge 5: 2.000 International identities by Leading Designers*. USA: Rockport Publishers.

Gottschall, M. Ed., & Burns, A. (1989). *Typographic communications today*. Cambridge: MIT Press.

Martin, D. & Gropper, M. (1993). *Fresh ideas in letterhead & business card design*. Cincinnati-Ohio, USA: North Light.

Miller, R. A., & Brown, M. J. (εκδότες του Adobe Magazine's). (1998). *What logos do and how they do it*. Gloucester, Massachusetts: Rockport Publishers.

Moran, J. (1971). *Stanley Morison: his typographic achievement*. London: Lund Humphries.

Supon Design Group Inc. (1993). *Graphically Bold: Non-traditional Corporate design*. USA: International Book Division. (Στην ίδια σειρά άλλοι τίτλοι: Graphic, Type, Abstract, Linear.)

V & M Typographical inc. (1974). *The type specimen book; 544 different typefaces with over 3000 sizes shown in complete alphabets*. New York: John Wiley and Sons inc.

Wheeler, A., & Millman, D.(Foreword by). (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th). New York: John Wiley and Sons inc.