

Załącznik 1 b do Regulaminu konkursu

Zakres zlecenia

Zakres do II etapu konkursu.....	2
Pełen zakres zlecenia.....	2
Logo	2
Podstawowe materiały marki	3
Gadżety marki.....	3
Key visual.....	4
Znakowanie przestrzeni	4
Strona WWW.....	5

Zakres do II etapu konkursu

Po wyborze 3 projektantów / studiów projektowych, chcielibyśmy otrzymać prezentację, która pozwoli jury na wybranie odpowiedniego projektanta / studia do zrealizowania dalszego projektu.

W drugim etapie chcielibyśmy zobaczyć:

- a. proponowany logotyp UMFC
- b. proponowany derywat UMFC dla jednostki w ramach UMFC
- c. wdrożenie identyfikacji / KV na przykładzie wizytówki
- d. wdrożenie identyfikacji / KV na przykładzie afiszu

Przygotowanie powyższych materiałów jest odpłatne 1500 zł netto zgodnie z pkt 4.1 Regulaminu konkursu.

Pełen zakres zlecenia

Logo

W ramach przygotowania znaku Uczelni, konieczne będzie zaprojektowanie następujących rozwiązań:

1. znak UMFC główny
2. znaki dodatkowe:
 - oznakowanie dla jednostki organizacji Uczelni
 - oznakowanie kierunku
 - oznakowanie katedry
 - oznakowanie koła naukowego
 - zapis łączony z obecnie istniejącą jednostką nie będącą derywatem znaku

Dodatkowo, w procesie należy uwzględnić także wzajemne relacje znaków i ich zapis w wylistowanych przez Zleceniodawcę sytuacjach (informacja wewnętrzna / oznakowanie w reprezentacji zewnętrznej)

3. proporcja znaku – rozpisanie na siatce
4. dobranie kroju pisma i zastępczego kroju pisma z odpowiedniej rodziny (Google Fonts / Zestaw dostępny w Microsoft / Typekit) – kompleksowe doradztwo dotyczące fontów i ich użycia i licencjonowania

5. przygotowanie formatów plików: EPS / PNG / PDF / SVG w wersji pełnej, skróconej, pionowej i poziomej; odpowiednie opisanie zastosowania poszczególnych typów plików przy rozwiązaniach technicznych / produkcyjnych
6. przygotowanie w każdym z formatów plików wersji kolorystycznej (RGB / CMYK / Pantone), monochromatycznej i achromatycznej wraz z opisem ich zastosowania przy konkretnych produkcjach
7. brandbook dla logotypu i derywatów

Część ta jest wyceniona na 13000 zł netto.

Podstawowe materiały marki

1. wizytówka; w tym: wybór papieru i techniki druku oraz przekazanie plików w taki sposób, aby następne dodruki odbywały się możliwie jak najbardziej sprawnie
2. papier firmowy – do druku – wybór papieru / sposobu druku, przygotowanie harmonogramu dostaw i usprawnienie zamawiania papieru na bieżąco
3. papier firmowy – zdefiniowany Word / forma cyfrowa – wskazanie na odpowiednie użycie zdefiniowanego dokumentu (strona tytułowa, strony kolejne, style akapitowe i style znakowe)
4. teczka – zdefiniowanie papieru / materiału i sposobu wykonania, wybranie techniki druku / zdefiniowanie koniecznych nakładów oraz poziomu budżetu
5. koperty – zdefiniowanie informacji na kopercie (w tym informacje stałe), formatów kopert i sposobu zadruku
6. ścianka – zdefiniowanie wielkości i sposobu produkcji
7. komplementka – wybór papieru / sposobu druku
8. stopka mailowa
9. zebranie wszystkich materiałów w jeden podręcznik i przekazanie plików

Część ta jest wyceniona na 3450 zł netto.

Gadżety marki

každorazowo: propozycja gadżetu, wybór techniki, wybór producenta, przygotowanie materiałów produkcyjnych

1. torba materiałowa
2. kubek
3. notes
4. bluza
5. ołówek

6. brzegowe informacje o znakowaniu na gadżecie
7. zebranie wszystkich materiałów w jeden podręcznik i przekazanie plików

Część ta jest wyceniona na 2100 zł netto.

Key visual

W UMFC są oddelegowane osoby, które zajmują się codziennymi kwestiami wizualnymi UMFC. Preferowane oprogramowanie to Indesign. Przy tworzeniu materiałów key visual, należy uwzględnić:

- koncept kreatywny – przykładowe realizacje
- opis kreatywny – jak będzie wyglądać praca przy zaprojektowanych i dalszych materiałach
- opis konstrukcyjny
- przekazanie zdefiniowanych poprawnie w Indesign plików do dalszej pracy (zdefiniowane wzorce stron, style akapitowe, style znakowe, siatki)
- przeszkolenie z użycia materiałów

Zestaw KV to:

1. wzór plakatu – przykład plakatu, proporcje, sposób przygotowywania kolejnych materiałów, idea dla przygotowania plakatu, rozmieszczenie informacji, metoda produkcji – plakat wydarzenie
2. wzór afisza – przykład plakatu, proporcje, sposób przygotowywania kolejnych materiałów, idea dla przygotowania plakatu, rozmieszczenie informacji, metoda produkcji – afisz roczny
3. karnet
4. bilet
5. wzór postu Social Media – wielkości, proporcje, sposoby zastosowania

Część ta jest wyceniona na 4400 zł netto.

Znakowanie przestrzeni

Na etapie rebrandingu znakowanie przestrzeni traktujemy skrótowo, nie planując daleko idących rozwiązań. Tym niemniej, należy uwzględnić przygotowanie podstawowego key visuala i podstawy do znakowania: kolorystyka, liternictwo, proporcje, sposób wykonania dla:

1. elementy informacyjne przed salami (druk na karcie, wkładanej do obecnie istniejących kieszeni z pleksi)

Część ta jest wyceniona na 350 zł netto.

Strona WWW

W najbliższym czasie planowana jest także nowa strona WWW dla uczelni. Do zadań projektanta należałoby

1. Przygotowanie makiety funkcjonalnej dla strony WWW
2. Projekt – wizualny strony WWW (GUI)

Część ta jest wyceniona na 9000 zł netto.

Całość prac została wyceniona na 32300 zł netto.