

Załącznik 1 a do Regulaminu konkursu

Wytyczne dla projektanta (brief)

Wprowadzenie	2
Tło dla przeprowadzenia procesu	3
O UMFC	4
UMFC – kluczowe aspekty	5
UMFC cechy marki	6
Grupa docelowa	7
Organizacja Uczelni	8

Wprowadzenie

Konkurs na nową identyfikację Uniwersytetu Muzycznego Fryderyka Chopina przeprowadzony jest we współpracy ze Stowarzyszeniem Twórców Grafiki Użytkowej.

W ramach współpracy, STGU przygotowało audyt zapotrzebowania na materiały promocyjne, pomogło zdefiniować cele zmiany identyfikacji i będzie wsparciem merytorycznym przy wyborze wykonawcy, ale i przy wdrożeniu nowej identyfikacji. Załączone materiały pokazują zakres działań oraz wprowadzają projektanta w temat konkursu.

Konkurs jest dwuetapowy

ETAP 1 – projektanci składają portfolio

ETAP 2 –wybrani 3 projektanci przygotowują odpłatnie zadanie konkursowe

Po pierwszym etapie przewidziany jest czas na dodatkowe pytania (debriefing) i videochat, w którym odpowiemy na wszystkie wątpliwości.

Pytania kierować należy pod adres: board@stgu.pl

Tło dla przeprowadzenia procesu

Obecna tożsamość wizualna UMFC jest przestarzała w formie i uniemożliwia wygodną eksploatację z technicznego punktu widzenia (UMFC nie dysponuje księgą znaku, spójnym key visuałem, materiałami do dalszej pracy).

Cele rebrandingu są następujące:

- stworzenie nowej, nowoczesnej identyfikacji wizualnej dla Uniwersytetu Muzycznego Fryderyka Chopina, będącej elementem budowania wizerunku uczelni jako międzynarodowej marki;
- zbudowanie spójnego przekazu wizualnego w odpowiedzi na nakreślone strategiczne elementy rozwoju marki UMFC;
- przygotowanie materiałów firmowych i elementów key visual dla często eksploatowanych materiałów, wraz z przekazaniem plików otwartych i wskazania wytycznych dla dalszej pracy na nich osobom odpowiedzialnym za ten obszar w UMFC;
- przygotowanie projektu GUI dla nowej strony UMFC, a następnie przygotowanie wszystkich niezbędnych elementów koniecznych do zaprojektowania całego serwisu;

O UMFC

Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina powstał w **1810** roku. Początkowo była to uczelnia muzyczna przy Szkole Dramatycznej w Warszawie (przy Teatrze Narodowym). W 1818 roku powstała Szkoła Publiczna Muzyki Elementarnej, a następnie Instytut Muzyki i Deklamacji (**1821**), zarządzane przez Józefa Elsnera. W **1826** roku jednostkę uniwersytecką przekształcono w osobną Szkołę Główną Muzyki. W latach 1826-1829 studiował tu Fryderyk Chopin. W **1831** roku, w wyniku reperkusji po zrywie Powstania Listopadowego, działalność uczelni zawieszono aż do **1861** roku.

Następnie przez niemal 60 lat Instytut Muzyczny Warszawski, jak wówczas nazywała się uczelnia, był ważnym ośrodkiem artystycznym i ostoją polskości. Jednym ze studentów, a następnie nauczycieli Instytutu był Ignacy Jan Paderewski. W **1919** roku przekształcono go w Państwowe Konserwatorium Warszawskie. W **1930** roku rektorem Wyższej Szkoły Muzycznej zostaje Karol Szymanowski. W czasie II wojny światowej konserwatorium działało jako szkoła podziemna. Działanie szkoły wznowiono już w **1945** roku, a w **1946** ustanowiono nową strukturę pod nazwą Państwowej Wyższej Szkoły Muzycznej. W **1979** roku uczelnia stała się akademią i przybrała imię Fryderyka Chopina (AMFC). W **2008** roku uczelnia otrzymała nową nazwę – Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina.

W obecnym miejscu przy ul. Okólnik na Powiślu UMFC znajduje się od **1963** roku.

dodatkowe materiały:

<http://www.chopin.edu.pl/pl/uniwersytet/dzieje-uczelni>

http://www.chopin.edu.pl/pl/wp-content/uploads/2017/11/kartki-z-dziejow-uczelni_KK2017-2018.pdf

UMFC – kluczowe aspekty

W ramach warsztatów dotyczących kluczowych wartości UMFC, udało się nam doprecyzować główne cechy uczelni, które należy uwzględnić w procesie projektowym:

- **tradycja** rozumiana jako przekazywanie ducha twórczego z pokolenia na pokolenie;
Tu należy uwzględnić, że proces nauczania w tak specyficznej branży jak muzyka odbywa się w relacji mistrzowskiej 1:1, tak więc studenci wybierając kierunek / mistrza wiedzą, że kontakt będzie stały i bliski, a obcowanie nie tylko z pedagogiem, ale i przekazywaną z pokolenia na pokolenie schedą - oczywisty. I tak, mając bezpośredni kontakt z mistrzem, wiemy, kto był jego mistrzem itd.; to kluczowe, by zrozumieć proces nauczania i wyjątkowość tego rodzaju uczelni (choć nie jest to cecha dystynktywna wyłącznie dla UMFC)
- **globalność i kosmopolityczność**
Studenci i absolwenci reprezentują uczelnię (oraz Polskę) na całym świecie
- **elitarność i wyjątkowość**
UMFC to najlepsi pedagodzy pracujący z najlepszymi studentami – mistrzowie z przyszłymi mistrzami; UMFC zdecydowanie stawia na jakość i wyjątkowość kadry i studentów;
- **nowoczesność**
Jednocześnie uczelnia ma aspiracje do bycia uczelnią nowoczesną i przygotowującą artystę do dzisiejszego rynku pracy – aż 77% procent absolwentów znajduje pracę w zawodzie;

Wydawać by się mogło, że w dzisiejszym świecie bardzo trudno zostać muzykiem w klasycznym tego słowa rozumieniu. Rozpiętość między klasycznym nauczaniem a dzisiejszym światem wydaje się ogromna, szczególnie na scenach w Polsce. UMFC jako najbardziej elitarna polska uczelnia muzyczna (jedyne uniwersytet!), nie tracąc dawnego ducha tradycyjnej uczelni ani wyjątkowego podejścia i wymagań wobec swoich studentów, jednocześnie otwiera ich na dzisiejszy rynek i jego potrzeby – i to w skali globalnej. Kształcąc elitę współczesnej muzyki klasycznej i zachowując ducha nauczania wielkich mistrzów, pozwala na odnalezienie się zarówno na rynku pracy, jak i na najlepszych scenach świata.

Bezpośredni kontakt z uczelnią jest możliwy podczas jednego z ponad 300 koncertów rocznie przez nią organizowanych, a cyfrowy przez nowy portal uczelni oraz media społecznościowe.

UMFC cechy marki

kluczowa wartość marki; determinanta działań biznesowych i komunikacyjnych:
przekazywanie tradycji; kształcenie; bycie najlepszym

wartości wspierające esencję, niekomunikowane wprost, ale widoczne w działaniach i komunikacji
prestż, bycie trudno dostępnym, doskonałość, sukces, elitarność, w tym także doskonałość rozumiana jako bycie na
bieżąco z potrzebami XXI wieku

styl komunikacji, język, w którym esencja i wartości są przekazywane na zewnątrz
język czytelny, ale wskazujący na dystans i hierarchiczność, nowoczesny, ale raczej oczekujący uważności od odbiorcy niż
kokietujący czy dopasowujący się do dzisiejszego świata; konieczne jest jasne głoszenie sukcesów, ale w elitarny sposób
[„nie każdy jest naszym odbiorcą, nie do każdego chcemy mówić”]

Grupa docelowa

- obecni, przyszli i byli studenci UMFC
- obecni, przyszli i byli wykładowcy UMFC
- Rada Uczelni
- decydenci – politycy
- biznes – potencjalni sponsorzy
- inne uczelnie artystyczne w Polsce i zagranicą
- opinia publiczna

Organizacja Uczelni

Przeprowadzając proces rebrandingu, należy uwzględnić strukturę uczelni.

UMFC ma 7 wydziałów, w ramach których znajdują się kierunki. Dodatkowo, na UMFC znajdują się także jednostki administracyjne, które również powinny być uwzględnione w procesie. Uproszczona struktura wygląda następująco:

NAZWA	OPIS	RODZAJ ZNAKU
Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina	nadrzędna nazwa	znak główny
Wydział Instrumentalno-Pedagogiczny w Białymstoku – Filia	kierunek / osobna jednostka	derywat znaku głównego
Uniwersyteckie Centrum Edukacyjne	jednostka w ramach UMFC	derywat znaku głównego
Biuro Karier UMFC	jednostka w ramach UMFC	derywat znaku głównego
Biblioteka Główna	jednostka w ramach UMFC	derywat znaku głównego
Samorząd Studentów UMFC oraz Samorząd Doktorantów UMFC	jednostka w ramach UMFC	derywat znaku głównego
Wydziałowy Samorząd Studentów Wydziału Pedagogiczno-Instrumentalnego w Białymstoku	jednostka w ramach UMFC	derywat znaku głównego
Kierunek Kompozycji, Dyrygentury i Teorii Muzyki	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Kierunek Fortepianu, Klawesynu i Organów	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Kierunek Instrumentalny	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Kierunek Wokalno-Aktorski	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Kierunek Dyrygentury Chóralnej, Edukacji Muzycznej, Muzyki Kościelnej, Rytmiki i Tańca	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Kierunek Reżyserii Dźwięku	kierunek	Oznaczenie kierunku / derywat
Ogólne oznakowanie katedry (jednostkę niżej niż wydział)	Katedra, opcjonalne stworzenie zapisu dla katedr	UMFC -> Wydział -> Katedra
Ogólne oznakowanie koła naukowego	Koło naukowe, opcjonalne stworzenie zapisu dla kół	UMFC -> Wydział -> Katedra -> Koło
Chopin University Press	Osobne wydawnictwo, należące do UMFC, ale mające swoje oznakowanie (nie zmienialne)	Znak współistniejący z nowym logo UMFC, zapis wspólny

Chopin University Dance Company	jednostka niezależna	Znak współistniejący z nowym logo UMFC, zapis wspólny
---------------------------------	----------------------	--