

SPIS TREŚCI

V	Przedmowa	30	ROZDZIAŁ 03. PIERWSZY KROK
VII	Podziękowania	31	Wywiad z klientem
IX	Wstęp	33	Im więcej informacji, tym lepiej
2	CZĘŚĆ 01. Z LOGO PRZEZ WIEKI	35	Szacowanie kosztów projektu
4	ROZDZIAŁ 01. W UJĘCIU HISTORYCZNYM	37	Doświadczenie jest ważne
5	Najstarsze znane symbole identyfikacyjne	37	(Ostrożne) poszukiwanie inspiracji
5	Przodkowie liter	40	ROZDZIAŁ 04. PRZYMIARKI
6	Początki logo	41	Pierwsze kroki z projektem
6	Heraldyka: sposób na identyfikację walczących	41	Nie mów hop, póki nie zobaczysz
7	Próby i pieczęcie	42	Pamiętaj o zewnętrznym obrysie
9	Współczesność	43	Rozpocznij od czerni i bieli
9	Europa i Ameryka	44	Eksperymentowanie z kolorystyką
12	Narzędzia	47	Raz jest łatwo, a raz pod górkę
12	Pierwsze współczesne logo	47	Daj się ponieść weni
12	Papier, tusz i grafit	48	Wielopłaszczyznowość koncepcji
12	Flamastry, farby i kolorowe kredki	50	ROZDZIAŁ 05. W ZASTĘPSTWIE SYMBOLU
13	Letraset, kalkomanie i fotostaty	51	Eksploracja logotypów
13	A oto Twój nowy, najlepszy przyjaciel...	53	Projektowanie niestandardowych słów i znaków
13	Kilka słów o mitach	56	Odświeżanie starych logo
16	Bezproblemowa integracja	61	Logo nawiązujące do określonego stylu lub epoki
16	Uwaga na zwodniczy monitor...	64	ROZDZIAŁ 06. PRZYGOTOWANIE DO PREZENTACJI
18	ROZDZIAŁ 02. LOGO W SZERSZYM KONTEKŚCIE	65	„Bobby! Bobby! Bobby!”
19	Co stanowi o jakości logo?	65	Edycja i wybór dostępnych wariantów
19	Dziesięć cech ponadczasowego logo	66	Wypróbuj wiele, przedstaw kilka
27	Drugorzędne cechy dobrego logo	66	Angażowanie klienta w proces projektowania
28	Studiowanie klasyków	67	Doskonalenie i upraszczanie
28	Kluczowy element wizerunku	67	Twarzą w twarz
28	Odpowiednie dać rzeczy logo	67	Kolejność prezentowania wariantów
		68	Prezentowanie projektów w jak najlepszym świetle
		69	Wstępne zestawienia logo i tekstu

70 **ROZDZIAŁ 07. PIERWSZA PREZENTACJA DLA KLIENTA**

71 Przygotuj klienta na wstępną prezentację

71 Uwaga na niespełnione oczekiwania!

71 Przedstaw zalety dobrego logo

72 Wsłuchuj się w reakcje odbiorców

72 Budowanie suspensu

73 Oglądanie różnych wariantów

73 A co z ewentualnymi kombinacjami?

74 Omówienie celów drugiej prezentacji

76 **ROZDZIAŁ 08. KOLEJNE PREZENTACJE**

77 Zapoczątkowanie drugiej tury poprawek

77 Od czasu do czasu spójrz na wszystko z dystansem

78 Uwzględnianie nowych wytycznych

78 Udoskonalanie logotypu

79 Analiza aranżacji logo i logotypu

80 Dobieranie palety krojów

80 Budowanie palety kolorów

81 Druga prezentacja

81 Zadbaj o stosowną oprawę

82 **ROZDZIAŁ 09. PO DOKONANIU WYBORU**

83 Prawna weryfikacja symbolu

84 Przygotuj ostateczną wersję projektu

84 Konwersja barw z CMYK na RGB i Pantone®

84 Przygotowanie plików w różnych formatach

85 Kampania wizerunkowa zaczyna się
od wizytówki

86 Projektowanie kopert

87 Projektowanie papieru firmowego

87 Projektowanie reklam

88 Projektowanie innych elementów
identyfikacji wizualnej

89 Projektowanie na potrzeby internetu,
TV i mediów interaktywnych

90 **ROZDZIAŁ 10. KSIĘGA ZNAKU**

91 Zabezpieczanie inwestycji

91 Konstrukcja logo i obszary chronione

92 Zależności między logo a logotypem
oraz kwestie kolorystyczne

92 Przestrzeganie zasad stosowania
krojów pisma i kolorów

93 Coś namacalnego dla klienta

93 Daj szansę na zmiany

93 Podsumowanie

98 **CZĘŚĆ 02. KLASYCZNE LOGO**

140 **CZĘŚĆ 03. EWOLUCJA PROJEKTÓW**

211 **SKOROWIDZ**