

SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ I: KOMUNIKACJA WIZUALNA

1	PODSTAWY INFOGRAFIKI	13
	Czym jest infografika?	13
	Definicja infografiki	13
	Historia infografiki	15
	Teoria wizualizacji	18
	Warunki biologiczne	18
	Wygoda dla umysłu	18
	Wizualne przyswajanie informacji	20
	Dlaczego infografiki sprawdzają się w biznesie?	21
	Łatwość przetwarzania	22
	Łatwość przekazu informacji	24
	Odlotowość	24

CZĘŚĆ II: INFORMACJE BIZNESOWE

2	WIZUALIZACJA LICZB I KONCEPTÓW	29
	Statystyki	29
	Opowiadanie historii danymi	29
	Zalety wizualizacji wyników badań	32
	Potencjalne trudności	32
	Idee i koncepty	34
	Wykorzystanie metafor wizualnych	34
	Prezentowanie idei przy użyciu karykatur	36
	Studium przypadku: seria komiksów <i>Time Well Spent</i> firmy Kronos	38
3	WIZUALIZACJA RELACJI I FUNKCJI	41
	Proces	41
	Problem z żargonem	42
	Infografiki tłumaczą, czym się zajmujesz	43

INFOGRAFIKI. PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIE W BIZNESIE

Hierarchia	46
Hierarchie biznesowe	46
Relacje	50
Ułatwione myślenie systemowe	51
Modele biznesowe	53
WIZUALIZACJA: KTO, KIEDY I GDZIE	59
Tożsamość	59
Humanizacja marki	60
Infografiki jako CV	62
Chronologia	66
Biznesowe osie czasu	66
Geografia	69
Mapy biznesowe	69

ĘŚĆ III: TWORZENIE INFOGRAFIK

PRZYGOTOWANIA	73
Cel	73
Rozpoznanie potrzeb informacyjnych odbiorców	73
Analiza grup docelowych	75
Określanie zadań infografik	76
Sztuka obserwacji	79
Wzrok	79
Słuch	79
PRACA KONCEPCYJNA	83
Zapisywanie pomysłów	83
Przecież nie jestem artystą!	83
Różne rodzaje dokumentacji	84
Synteza	86
Sześć pytań	90
PROJEKTOWANIE INFOGRAFIK	95
Krytyka	95
Infografika — zrób to sam	96
Tyrada o infografice	96
Przepis na własną infografikę	96

Outsourcing	103
Pełny profesjonalizm	104
Współpraca ze studentami	105
8 PUBLIKACJA INFOGRAFIK	115
Badania grupy docelowej	115
Publikacja online	115
Baza infograficzna	116
Infograficzne posterunki	122
Publikacje offline	127

CZĘŚĆ IV: WARTOŚĆ BIZNESOWA

9 KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I ZEWNĘTRZNA	131
Zastosowanie infografik do budowania marki	131
Infografiki w biznesie	132
Marketing treści	133
Promocja infografik	139
Infografika w organizacji	145
Włączenie infografik do obiegu pracy	145
Zastosowanie w komunikacji wewnętrznej	146
10 ZWROT Z INWESTYCJI	149
Pomiar wartości infografik	150
Korzyści kwantyfikowalne	151
Korzyści niekwantyfikowalne	154
11 MATERIAŁY INFOGRAFICZNE	155
Przewodnik po elementach graficznych	155
Narzędzia infograficzne	155
Narzędzia do wizualizacji	155
Elementy graficzne	168
Inne źródła	168
<i>Narysuj swoje myśli. Jak skutecznie prezentować i sprzedawać pomysły na kartce papieru</i>	<i>169</i>
<i>Creating More Effective Graphs</i>	<i>169</i>
<i>Envisioning Information</i>	<i>169</i>
<i>Graph Design for the Eye and Mind</i>	<i>169</i>

INFOGRAFIKI. PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIE W BIZNESIE

<i>Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference</i>	169
<i>Information Visualization: Perception for Design</i>	169
<i>Marks and Meaning, Version Zero</i>	170
<i>Now You See It: Simple Vizualization Techniques for Quantitative Analysis</i>	170
<i>Slajd:ologia. Nauka i sztuka tworzenia genialnych prezentacji</i>	170
<i>Visual Language: Global Communication for the 21st Century</i>	170
<i>The Wall Street Journal Guide to Information Graphics: The Dos and Don'ts of Presenting Data, Facts and Figures</i>	170
Projektanci informacji, konsultanci i agencje	170
Agencje	171
Freelancerzy	173
Konsultanci	175
SKOROWIDZ	177