

Studium brandingowe

STRONA 01

2025/26

Studium brandingowe to kompleksowy program dla osób, które chcą rozwinąć swoje kompetencje i rozpocząć pracę jako projektanci marki.



Studium brandingowe

Idea

Chcesz poznać tajniki budowania skutecznych komunikatów wizualnych? Szukasz dobrych praktyk, które pozwolą ci wyrobić w sobie zmysł projektowania marki?

Program całego kursu obejmuje dwa zakresy tematyczne – projektowanie komunikacji wizualnej oraz strategiczne projektowanie marki. Udział w zajęciach pozwala na zdobycie niezbędnej wiedzy i narzędzi służących budowaniu skutecznych komunikatów wizualnych. Jednocześnie daje okazję do wykorzystania zdobytych umiejętności w praktyce, stając się solidną bazą dla dalszej pracy twórczej w zawodzie projektanta marki.

Kurs podzielony jest na **2 semestry, obejmujące 120 godzin lekcyjnych** łącznie.

Prowadzącym kursu i autorem programu jest Krzysztof Kozak – dyrektor kreatywny, projektant graficzny i wykładowca z ponad 15-letnim stażem w branży.

Studium brandingowe

Kim jestem

Krzysztof Kozak / dyrektor kreatywny, projektant graficzny, strateg, juror w konkursach brandingowych, szkoleniowiec, mentor i wykładowca.



Projektowaniem graficznym i strategią marki zajmuję się od ponad dekady. Balsamstudio w Krakowie, którego jestem założycielem i dyrektorem kreatywnym, prowadzę już od 15-stu lat. Brandingiem – fascynuję się od zawsze. Mam za sobą lata wypełnione cennymi doświadczeniami i silnymi markami, które pracują dziś na swój wizerunek w różnych częściach świata.

Angażowanie i inspirowanie to moja pasja. Znajduję się w gronie mentorów (w programie mentoringowym Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej STGU) oraz jurorów konkursów brandingowych (Polish Graphic Design Awards PGDA). Studium brandingowe to kolejny z ważnych celów, do których dążyłem – wierzę, że spełni zarówno Wasze, jak i moje oczekiwania.

I semestr

Podstawy projektowania komunikacji wizualnej

Co będziemy robić?

W pierwszym semestrze studium brandingowego zgłębimy wspólnie tajniki budowania skutecznych komunikatów wizualnych. Poznamy podstawowe zasady i elementy projektowania graficznego, a także wszystkie etapy pracy projektanta. Od koncepcji i pierwszych szkiców, poprzez pracę z wykorzystaniem odpowiedniego oprogramowania, aż po analizę i ocenę gotowego projektu. Nie tylko poznamy, ale też wykorzystamy w praktyce, czego owocem będzie Twoje pierwsze prawdziwe portfolio.

W czasie zajęć zaproponuję sposoby wykorzystania podstawowych środków komunikacji wizualnej w oparciu o najlepsze projekty brandingowe. Na podstawie wybranych case study przedstawię dobre praktyki i zasady stosowane przez doświadczonych projektantów, a także wskażę najczęściej popełniane błędy w projektowaniu graficznym. W ten sposób nauczysz się nie tylko budowania, ale też oceny komunikatów wizualnych pod kątem ich skuteczności. Możliwość pracy na bazie wysoko ocenianych projektów brandingowych pomoże Ci wyrobić w sobie zmysł projektowania, a także poprawić własny zmysł estetyczny. Nauczysz się generować dużą ilość pomysłów w krótkim czasie, a jednocześnie dokonywać ich rzetelnej oceny.

I semestr

Podstawy projektowania komunikacji wizualnej

① Swiss Design (Kanon) (4h)

Przybornik projektanta, czyli **o tym, skąd czerpać pomysły i inspiracje**. W czasie zajęć opowiem o własnych inspiracjach i przedstawię kanon szwajcarskiego projektowania z lat 50. – skoncentrowany na funkcji i czytelności komunikatu. Udostępnię listę narzędzi i linków, które można wykorzystać we własnej pracy twórczej – doskonałą bazę do poszukiwań dobrych inspiracji.

② Komunikaty wizualne (4h)

Metody budowania skutecznych komunikatów wizualnych, czyli **o tym, jak obraz działa na odbiorcę**. W czasie zajęć przedstawię dobre praktyki, które pozwolą Ci zrozumieć reguły dotyczące percepcji wzrokowej i sposoby oddziaływania na odbiorcę właśnie poprzez komunikaty wizualne.

③ Język projektowania graficznego (8h)

Podstawowe elementy i środki wyrazu projektu graficznego, czyli **o tym, jak przestrzeń i kształt przekazują idee**. Ten blok kładzie duży nacisk na twórcze myślenie i generowanie pomysłów.

④ Typografia (16h)

Zasady typografii, czyli **o tym, jak zapraszać czytelnika do treści**. Typografia jest jednym z najpotężniejszych ekspresyjnych narzędzi w rękach projektanta. W czasie zajęć dowiesz się, w jaki sposób ujawniać charakter i znaczenie tekstu oraz jak wyjaśniać jego strukturę i porządek.

⑤ Grid - siatki projektowe (8h)

Zasady dobierania siatek do projektu, czyli **o tym, jak wykorzystać twórczy potencjał grid'ów**. Siatki służą uporządkowaniu treści w projekcie po to, by była ona czytelna dla użytkownika. Organizują elementy graficzne na powierzchniach projektu, określają ich rozmieszczenie i wielkość, decydują o szerokości marginesów - tworzą strukturę całego projektu.

⑥ Psychologia koloru (4h)

Zasady działania koloru, czyli **o tym, jak posługiwać się barwami w projektowaniu komunikacji**. Kolor to jeden z najsilniejszych i najbardziej komunikatywnych elementów języka wizualnego. Oddziałuje na nas, nadając wizualną energię i różnorodność wszystkiemu, czego doświadczamy na co dzień. W tym bloku dowiesz się, w jaki sposób posługiwać się barwami umiejętnie i odpowiedzialnie.

⑦ Moodboard – Tablice nastrojów (4h)

Scenariusze projektowe, czyli **o tym, jaką tożsamość chcemy nadać swojej marce**. Dzięki stworzeniu scenariuszy projektowych określimy założenia projektowe oraz dyrekcję artystyczną projektu brandingowego. Wspólnie dobierzemy środki wizualne, które określą, jaką tożsamość i jaki rodzaj charakteru marki chcemy komunikować światu. To jeden z najważniejszych kroków w procesie budowania spójnej marki!

⑧ Design w praktyce (8h)

Projektowanie graficzne w praktyce, czyli **o tym, jak budować projekty czytelne i adekwatne do treści**. Opowiem o tym, jak świadomie używać podstawowych środków artystycznych i stosować zasady projektowania graficznego we własnych projektach. Jak budować projekty adekwatne do treści, biorące pod uwagę odbiorców oraz kontekst odbioru.

⑨ CV + Portfolio (4h)

Zasady tworzenia CV i portfolio, czyli o tym, w jaki sposób budować markę osobistą. Poruszę temat odpowiednio przygotowanego CV oraz portfolio projektanta graficznego. Wskażę dobre praktyki i najczęściej popełniane błędy. Wykorzystam swoją 14-letnią praktykę przeprowadzania rekrutacji we własnym studio i wspólnie stworzymy receptę na to, jak zbudować silną markę osobistą.

PRZEGLĄD

Przegląd projektów i podsumowanie semestru.

Wymagania

Pasja do projektowania marek, chęć poszerzenia swojej wiedzy i umiejętności z zakresu branding. Aby przystąpić do pierwszego semestru trzeba mieć opanowaną podstawową umiejętność obsługi programów z pakietu Adobe oraz Figma.

Certyfikat

Pierwszy semestr przygotowuje do pracy na stanowisku: graphic designer (projektant graficzny)

Programy warsztatowe

Figma, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop

Opłaty

Wpisowe: 200 zł
Cena za semestr: 3200 zł lub w 4 ratach po 800 zł

II semestr

Strategiczne projektowanie marki

Co będziemy robić?

Drugi semestr studium brandingowego łączy serię krótkich wykładów, ćwiczeń i otwartych dyskusji, dających wgląd w proces projektowania marki: od jej strategicznego pozycjonowania po tworzenie jej tożsamości i doświadczeń. W czasie zajęć sięgniemy po różne narzędzia i techniki po to, by każdy z uczestników mógł dostosować prezentowaną metodę do swojego sposobu pracy. Kursanci otrzymają dostęp do wszystkich omawianych materiałów i narzędzi, by w przyszłości mogli je wykorzystać w pracy dla swoich klientów.

Bazując na założeniach projektowych wypracowanych w procesie pracy grupowej, każdy z uczestników kursu pod nadzorem dyrektora kreatywnego stworzy kompletną identyfikację wizualną firmy. To właśnie w czasie pracy zespołowej powstają najlepsze projekty, a wypracowane wspólnie wnioski są doskonałą bazą dla dalszej pracy twórczej! Możliwość tworzenia pod okiem dyrektora kreatywnego – mentora oraz jurora konkursów brandingowych – pozwoli z kolei spojrzeć na własną pracę z szerszej perspektywy. Finalne projekty zostaną wydrukowane, a całość uświetni wspólnie wykonana sesja zdjęciowa, będąca doskonałą okazją do zdobycia podstawowej wiedzy z zakresu fotografii produktu. W ten sposób powstanie solidny materiał do stworzenia prezentacji projektu na najwyższym poziomie. Ostateczny projekt (logo, kompletna identyfikacja wizualna oraz prezentacja case study) będzie gotowym materiałem do Twojego portfolio.

II semestr

Strategiczne projektowanie marki

① Branding w praktyce (4h)

Wgląd w osobowość marki, czyli **o tym, jak sprawić, by marki stały się bardziej ludzkie**. Opowiem o zmianach, które w ostatnich latach wpłynęły na sposób, w jaki myśli się dzisiaj o markach. W czasie zajęć każdy uczestnik otrzyma temat przewodni projektu semestralnego.

② Warsztaty z klientem (4h)

Marka w działaniu, czyli **o tym, jak stworzyć porywającą historię marki**. Wspólnie przeprowadzimy głęboką analizę tego, co jest istotą marki, produktu lub usługi. Zorganizujemy warsztat projektowy w podziale na grupy.

③ Strategia brandingowa (4h)

Tożsamość wizualna i komunikacja marki, czyli **o tym, co ma wpływ na wygląd i język marki**. Wspólnie zgłębimy pojęcie tożsamości marki, jej odbiorców i otoczenia rynkowego. Stworzymy założenia strategiczne oraz przeprowadzimy fazę analityczną po to, by określić kierunek kreatywny dla wybranej marki.

④ Scenariusze projektowe (4h)

Kierunek kreatywny, czyli **o tym, co jest kluczowe w scenariuszu projektowym**. Opowiem o tym, jak stworzyć dokument dla klienta przed rozpoczęciem procesu projektowania. Każdy uczestnik zbuduje swój scenariusz projektowy do wcześniej wypracowanej strategii brandingowej marki.

⑤ Identyfikacja wizualna
(logo+klucz wizualny) (20h)

Narzędzia do tworzenia spójnej identyfikacji wizualnej, czyli **o tym, jak wykreować wizerunek marki na rynku**. Na podstawie wypracowanych założeń projektowych zaprojektujemy logo, identyfikację wizualną, klucz wizualny oraz podstawowe nośniki marki. Każdy z uczestników będzie realizował jeden z trzech tematów przewodnich.

⑥ Brandbook (4h)

Instrukcja obsługi marki, czyli **o zasadach używania identyfikacji wizualnej**. Po zakończeniu prac nad identyfikacją wizualną zajmiemy się standaryzacją naszego rozwiązania. Stworzymy podstawową księgę identyfikacji wizualnej marki - określimy zasady używania logo, obrazów, kolorystyki i skali typograficznej, a także podstawowych elementów i projektów graficznych naszej identyfikacji wizualnej.

⑦ Landing page –
w narzędziu Readymag
(8h)

No-code, czyli **o tym, jak szybko wprowadzić markę w życie**. Świat cyfrowy to dziś często pierwszy punkt styku marki z klientem – to właśnie tam można pokazać porywającą historię marki oraz zaprezentować jej produkt. Podpowiem, jak szybko wdrożyć pomysł marki w życie, bez konieczności nauki programowania. Zaprojektujemy prostą stronę internetową w narzędziu no-code dla wybranej marki.

⑧ Sesja fotograficzna (8h)

Marka w obiektywie, czyli **o tym, jak nadać produktowi bardziej autentyczny wyraz**. Wspólnie zaplanujemy i przeprowadzimy sesję zdjęciową naszego projektu. Ustalimy dyrekcję artystyczną i elementy potrzebne do wykonania zdjęć, a następnie przygotujemy materiały firmowe i opakowania. W ostatniej fazie wykonamy kilka zdjęć produktów po to, by nadać im bardziej autentyczny wyraz.

⑨ Case study do portfolio (4h)

Storytelling, czyli o tym, jak zbudować opowieść marki. Poziom wykonania projektu jest równie ważny, jak odpowiednie zaprezentowanie go odbiorcom. Wykorzystamy techniki storytellingu w zbudowaniu odpowiedniej narracji i opowieści marki. Przygotujemy prezentację, która wyniesie nasz projekt na wyższy poziom.

PRZEGLĄD

Przegląd projektów i podsumowanie semestru

Wymagania

Ukończony pierwszy semestr Studium brandingowego, pasja do projektowania marek, chęć poszerzenia swoich umiejętności z zakresu brandingu i wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce.

Certyfikat

Drugi semestr przygotowuje do pracy na stanowisku: brand designer (projektant marki)

Programy warsztatowe

Figma, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Lightroom

Opłaty

Cena za II semestr: 3200 zł lub w 4 ratach po 800 zł

Kiedy?

Zajęcia odbywają się w co drugi tydzień, w godzinach:

- 09:00–12:15 (I część)
- 12:45–15:15 (II część)

Każdy z semestrów startuje dwa razy w roku

Rozpoczynając naukę w październiku:

I semestr zakończysz w styczniu, II semestr potrwa od marca do czerwca

Rozpoczynając naukę w marcu:

I semestr zakończysz w czerwcu, II semestr potrwa od października do stycznia

Po każdym semestrze można przerwać naukę i odebrać certyfikat, a potem wrócić na kolejny semestr.

Certyfikaty i zaliczenia

I SEMESTR: Zaliczenie na podstawie prac wykonanych na zajęciach.

II SEMESTR: Zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu identyfikacji wizualnej marki i opracowanego projektu case study do portfolio.

Pytania

Pytania prosimy kierować na adres:

sekretariat@szkola-grafiki.pl

Zgłoszenia

Aby zarejestrować się w szkole wypełnij formularz zgłoszeniowy:

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY →

Semestr I (2025/26)

ZAJĘCIA 1 — PIĄTEK — 03.10.2025

09:00–12:15 (I część) Swiss Design (Kanon)

12:45–15:15 (II część) Komunikaty wizualne

ZAJĘCIA 2 — PIĄTEK — 17.10.2025

09:00–12:15 (I część) Język projektowania graficznego

12:45–15:15 (II część) Język projektowania graficznego

ZAJĘCIA 3 — PIĄTEK — 31.10.2025

09:00–12:15 (I część) Typografia

12:45–15:15 (II część) Typografia

ZAJĘCIA 4 — PIĄTEK — 07.11.2025

09:00–12:15 (I część) Typografia

12:45–15:15 (II część) Typografia

ZAJĘCIA 5 — PIĄTEK — 21.11.2025

09:00–12:15 (I część) Grid, czyli siatki projektowe

12:45–15:15 (II część) Grid, czyli siatki projektowe

ZAJĘCIA 6 — PIĄTEK — 05.12.2025

09:00–12:15 (I część) Psychologia koloru

12:45–15:15 (II część) Moodboard – tablice nastrojów

ZAJĘCIA 7 — PIĄTEK — 19.12.2025

09:00–12:15 (I część) Design w praktyce

12:45–15:15 (II część) Design w praktyce

ZAJĘCIA 8 — PIĄTEK — 9.01.2026

09:00–12:15 (I część) CV + Portfolio

12:45–15:15 (II część) Przegląd projektów i podsumowanie semestru

Do zobaczenia wkrótce

Dziękujemy

Jeśli pojawiają się jakiekolwiek pytania dotyczące studium brandingowego, prosimy o kontakt.

Organizator

Organizatorem Studium brandingowego jest **Niepubliczna Placówka Kształcenia Ustawicznego Globlife**, ewidencjonowana w Rejestrze Szkół i Placówek Oświatowych pod nr: 133205 (zobacz w rejestrze RSPO). Nasza placówka podlega Małopolskiemu Kuratorowi Oświaty oraz Ministerstwu Edukacji Narodowej.

Wystawiamy certyfikaty i zaświadczenia ukończenia kursów kompetencji zawodowych na podstawie § 11 ust. 2 rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017 r. (Dz. U. poz.1632).

Certyfikaty i zaświadczenia ukończenia kursów umiejętności zawodowych wydawane przez naszą placówkę wliczają się także do wymogów awansu zawodowego nauczyciela szkolnego i akademickiego.

Status ucznia naszej placówki jest honorowany przez wszystkie instytucje publiczne (ZUS, KRUS, ubezpieczyciele).