

# I fondamenti della Brand Identity - FORMAZIONE A DISTANZA

INIZIO CORSO: mercoledì 5 giugno 2024

DURATA: 12 ore

ORARIO LEZIONI: dalle ore 13.00 alle ore 15.00



## Panoramica corso:

La creazione di una Brand Identity efficace non può prescindere dalla conoscenza dell'azienda, dei suoi obiettivi e dei suoi valori.

Per questo motivo il team aziendale è una parte in gioco fondamentale ed è spesso chiamato a partecipare attivamente al processo creativo e alla progettazione, sia quando questa viene sviluppata internamente all'azienda, sia quando esternamente, da dei professionisti del design della comunicazione.

La conoscenza di un metodo progettuale che mette insieme capacità di analisi e creatività, si rivelerà estremamente utile per tutti i professionisti coinvolti in un processo di creazione o di restyling dell'identità visiva di un brand.

Il corso fornirà sia nozioni teoriche che esercitazioni pratiche, nelle quali i partecipanti verranno guidati passo dopo passo nel processo di ideazione della Brand Identity.

Il corso coprirà elementi chiave sia del posizionamento strategico, come l'individuazione del target e l'analisi dei competitor, che elementi chiave della progettazione visiva, come logo, tipografia, colore, e applicazione su diversi media.

# Obiettivi del corso:

I partecipanti apprenderanno una metodologia progettuale che unisce esercizi di analisi ed esercizi di creatività, e acquisiranno gli strumenti fondamentali per comprendere il processo di ideazione di una Brand Identity coerente con la strategia aziendale.

Alla fine del corso i partecipanti avranno acquisito le conoscenze fondamentali per:

- individuare i valori del Brand e imparare a comunicarli visivamente
- prendere parte attiva alla progettazione dell'identità visiva
- progettare un'identità visiva o interfacciarsi con i professionisti del design della comunicazione
- individuare i bisogni e le aspettative del proprio target di riferimento
- conoscere e analizzare le strategie comunicative dei propri competitor

# Argomenti trattati:

## 1. Introduzione alla Brand Identity

- gli elementi che compongono la Brand Identity
- il metodo progettuale
- panoramica su casi studio di successo

## 2. La fase iniziale di ricerca: fondamenti di posizionamento strategico

- conoscere e individuare i valori aziendali
- conoscere il proprio target
- conoscere i propri competitor

## 3. Le idee creative

- far nascere le idee: strumenti e strategie per la creatività

## 4. Progettazione visiva e sviluppo

- gli ingredienti dell'identità visiva: immagini, tipografia, colore
- strumenti e risorse per la progettazione. Introduzione a strumenti di design online
- risorse gratuite per immagini e grafiche
- il logo aziendale: trovare l'idea giusta o migliorare il logo esistente

## L'applicazione della Brand Identity ai materiali di comunicazione

- Utilizzo delle linee guida per creare un'immagine coordinata Presentazioni e feedback specifico su una presentazione di 10 minuti a testa in stile Ted talks

---

Il costo del corso, del valore di € 219,60 è totalmente finanziato dagli Enti Bilaterali Settore Terziario e Settore Turismo della Provincia di Vicenza con il contributo della Camera di Commercio di Vicenza, previa verifica che l'azienda applichi integralmente i CCNL Terziario, Turismo, Pubblici Esercizi e il Contratto Integrativo provinciale del terziario e sia in regola con i versamenti contributivi da almeno 18 mesi, riferiti a lavoratori full-time o part-time di almeno 20 ore settimanali.

Al fine di garantire l'accesso ai corsi alla pluralità dei lavoratori, le aziende con un numero di dipendenti da 1 a 10 potranno beneficiare di un numero di corsi annui non superiore a 3.

L'eventuale rinuncia al corso entro 5 giorni dall'avvio o a corso iniziato **senza giustificato motivo** potrà comportare l'esclusione del partecipante da future opportunità formative finanziate dagli Enti Bilaterali Settore Terziario e Settore Turismo.

# Destinatari:

Il corso è rivolto ai professionisti che lavorano in azienda che vengono coinvolti nelle decisioni di marketing e comunicazione quali: titolari e amministratori di Impresa, marketing manager, responsabili marketing e comunicazione, graphic designer che lavorano in azienda.