



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vaz, Marcelo Alexandre Breia

**Projeto de identidade visual : redesign de marca
para a empresa Inspiring SCI**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3084>

Metadados

Data de Publicação	2016
Resumo	O presente relatório, realizado no âmbito da Licenciatura em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, é referente ao desenvolvimento e redesign de uma identidade visual, para a empresa Inspiring Sci. O projeto baseia-se no redesign e conceção de uma marca já existente, com o objetivo de a tornar mais completa e funcional, desenvolvendo outros elementos inerentes à marca gráfica, e indo assim de maneira mais direta ao encontro daquilo que a empresa pretende transmitir através da sua ident...
Editor	IPCB. ESART
Palavras Chave	Identidade visual, Marca gráfica, Design de comunicação, Design gráfico
Tipo	report
Revisão de Pares	Não
Coleções	ESART - Design de Comunicação e Produção Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-20T02:13:45Z com
informação proveniente do Repositório



Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Projeto de Identidade Visual

Redesign de Marca para a empresa Inspiring SCI

Marcelo Alexandre Breia Vaz

Orientador

Professor Doutor João Neves

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, realizado sob a orientação científica do professor João Neves.

Junho 2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador de projeto professor João Neves, pela disponibilidade, auxílio e partilha de conhecimentos, que me ajudaram a levar o projeto para a frente.

Aos meus colegas que me ajudaram no desenvolvimento deste projeto, e aos meus familiares que apoiaram durante e até à conclusão deste projeto final.

RESUMO

O presente relatório, realizado no âmbito da Licenciatura em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, é referente ao desenvolvimento e redesign de uma identidade visual, para a empresa Inspiring Sci.

O projeto baseia-se no redesign e conceção de uma marca já existente, com o objetivo de a tornar mais completa e funcional, desenvolvendo outros elementos inerentes à marca gráfica, e indo assim de maneira mais direta ao encontro daquilo que a empresa pretende transmitir através da sua identidade visual, função essa que a marca gráfica atual não desempenha, nomeadamente a transmissão das funções da empresa e os seus valores.

Palavras-Chave

Identidade Visual, Marca Gráfica, Design de Comunicação, Design Gráfico

ABSTRACT

The current project report, done under scope of the Communication Design and Audiovisual Production degree, refers to the development of a visual identity, for the company Inspiring Sci.

The project is based in the conception and redesign of an existent brand redesign, with the objective of become the brand more complete and functional, through the creation of some graphic elements for the brand, and go in easily and direct way, to what the brand want to transmit through is identity, function that the brand that is currently implemented doesn't do, more properly the transmission of the company values and its functions.

Keywords

Visual Identity, Branding, Communication Design, Graphic Design

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	II
RESUMO	III
ABSTRACT	IV

CAPITULO I - CONTEXTUALIZAÇÃO

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1	Motivação	9
1.2	Contextualização do tema	9
1.3	Delimitação da área de estudo	10
1.4	Objetivos	
1.4.1	Objetivos Gerais	10
1.4.2	Objetivos Específicos	11

2. ENQUADRAMENTO

2.1.	Enquadramento do problema	11
2.2	Metodologia	12
2.3	Estrutura do projeto	12
2.4	Calendarização	14

CAPITULO II - OBJETO DE ESTUDO

3. OBJETO DE ESTUDO

3.1	Caracterização da empresa	14
3.2	Atividade desenvolvida	15
3.3	Definição do mercado e público-alvo	16

CAPITULO III - FUNDAMENTAÇÃO

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1	Design Gráfico	16
-----	----------------------	----

4.2	Design de Comunicação	17
4.3	Identidade Visual	17
5. ESTUDO DE CASOS		
5.1.	Caso 1 – Space Layer	
5.1.1	Contextualização	18
5.1.2	Marca Gráfica	18
5.1.3	Meios de Comunicação	19
5.2.	Caso 2 - Spero	
5.2.1	Contextualização	19
5.2.2	Marca Gráfica	20
5.2.3	Meios de Comunicação	20
5.3	Caso 3 - Viur	
5.3.1	Contextualização	21
5.3.2	Marca Gráfica	21
5.3.3	Meios de Comunicação	22
5.4	Caso 4 - ALERT	
5.4.1	Contextualização	23
5.4.2	Marca Gráfica	23
5.4.3	Meios de Comunicação	23
5.5	Caso 5 - Google	
5.5.1	Contextualização	24
5.5.2	Marca Gráfica	24
5.5.3	Meios de Comunicação	25
6.5	Caso 6 - Microsoft	
5.6.1	Contextualização	26
5.6.2	Marca Gráfica	26

5.6.3 Meios de Comunicação	27
----------------------------------	----

CAPÍTULO IV – ANÁLISE E DIAGNOSTICO

6. ANÁLISE

6.1 Análise dos suportes de comunicação	27
6.2 Análise de funções e Meios de Comunicação	28
6.3 Análise da fundamentação teórica	28
6.4 Análise dos Casos	28

7. DIAGNÓSTICO

7.1 Posicionamento	29
7.2 Trend Board	30
7.3 Estratégia de Comunicação	30
7.4 Organograma da Estratégia de Comunicação	32
7.5 Canais e meios de comunicação a desenvolver	33

8. SÍNTESE DE IDEIAS E SOLUÇÕES POSSÍVEIS

33

CAPÍTULO V – INVESTIGAÇÃO ATIVA

9. DEFINIÇÃO DE CONCEITOS

34

10. FASE DE CONCEÇÃO

34

10.1 Desenvolvimento conceptual	35
10.2 Descrição do Processo Criativo.....	36
10.3 Conceção	
a) Construção do Símbolo	37
b) Marca gráfica	39
c) Marca Gráfica Aplicação	39
d) Estacionário	40
e) Manual de Normas	42
f) Merchandising	42
g) Frota automóvel	44