

Ocena pracy doktorskiej, dorobku artystycznego i dydaktycznego Pani mgr Anny Stępkowskiej-Nowak w przewodzie doktorskim, w dziedzinie sztuk plastycznych, w dyscyplinie sztuk pięknych, wszczętym przez Radę Wydziału Grafiki i Sztuki Mediów Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu

PODSTAWOWE DANE

Pani Anna Stępkowska-Nowak w roku 2000 uzyskała dyplom magistra sztuki na kierunku Grafika we Wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych z projektowania graficznego w pracowni prof. Eugeniusza Smolińskiego oraz z malarstwa i rysunku w pracowni prof. Wandy Gołkowskiej.

Od roku 2006 współpracuje z podmiotami zewnętrznymi. Zrealizowała kilkanaście wdrożeń przemysłowych, wprowadzonych na rynek krajowy i zagraniczny m.in.: dla branży meblowej, wyposażenia wnętrz i odzieżowej.

W latach 2015–2018 prowadziła interdyscyplinarne studio projektowe Nuovo dostarczające rozwiązania z zakresu projektowania graficznego i designu (również za granicą – Niemcy, Słowacja).

Jest laureatką nagrody Dobry Wzór 2009 Polskiego Instytutu Wzornictwa Przemysłowego oraz nagrody Design Management Award (DMA), którą zdobyła wraz z firmą Meble Vox za całokształt wdrożeniowy. Wyróżniona w 2010 i 2011 r. przez Meble Plus tytułem „Produkt Roku”. Dwukrotnie zdobyła „Godło ProDeco” magazynu Elle Decoration. W 2009 r. opracowała znak „ProFolk” dla Instytutu Kultury Polskiej w Sztokholmie promujący tradycję i kulturę polską.

Jej prace z zakresu designu prezentowane były na prestiżowych festiwalach i targach m.in. Korea Design, Gdynia Design, Nowy Folk Design, Arena Design.

W 2018 r. rozpoczęła Międzywydziałowe Studia Doktoranckie na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu w ramach Ministerialnego Programu Doktorat Wdrożeniowy.

Od 2018 r. jest zatrudniona w firmie Korner Sp. z o.o. na stanowisku dyrektora ds. projektów.

Od 2019 r. pracuje na stanowisku asystenta w Pracowni Reklamy i Informacji Wizualnej ASP we Wrocławiu.

OCENA DOROBKU TWÓRCZEGO I AKTYWNOŚCI ARTYSTYCZNEJ ORAZ PROJEKTOWEJ

Aktywność twórcza i projektowa pani Anny Stępkowskiej-Nowak skupia się wokół czterech kluczowych dla niej obszarów: sztuka geometryczna i conceptualna oraz projektowanie graficzne i wzornictwo przemysłowe. W twórczości artystycznej doktorantki nie sposób nie dostrzec wyraźnej predylekcji do geometrycznej prostoty, minimalizmu formalnego oraz precyzji prezentowanych osiągnięć. Preferowany przez nią rodzaj sztuki daleki jest od wszelkiego mimetyzmu. Jej formalna lapidarność wymaga od odbiorcy intelektualnego zaangażowania i osobistej refleksji.

Formalna oszczędność zastosowanych środków jest również obecna w działalności projektowej. Prezentowane realizacje wdrożeniowe autorstwa doktorantki są dowodem na jej wyrafinowany styl i nieprzeciętne umiejętności. Pani Anna Stępkowska-Nowak czuje się równie dobrze w realizacjach projektowo-graficznych jak i projektowo-przemysłowych.

Doktorantka brała udział w wielu wystawach krajowych i zagranicznych m.in.: w Austrii, Niemczech, Afryce, Belgii, w tym: w 1999 r. w „Chronologic - Jeder Meter für die Kunst” w The Planet Art Gallery (Kapsztad); w 2005 r. w „Motiva-Intenationale, Konstuktiv, Konkret, Intelligibel”, w Austria Center Vienna (Wiedeń, Austria); w latach 2010/2012 (tyle trwała wystawa) w „Ein Jahr 40 Positionen 31 Räume” w Museum Modern Art Hünfeld (Niemcy); w 2016 r. w „Miejsce, w którym nie byłem nigdy wcześniej” (wystawa ze zbiorów Dolnośląskiego Towarzystwa Zachęty Sztuk Pięknych) w Muzeum Architektury we Wrocławiu. Ponadto w 2005 r. współtworzyła realizację na terenie miasta Hof w ramach projektu „Hofer Podium dla Europy” (Niemcy).

Podczas studiów została wyróżniona przez Fundację ING Bank Śląski na konkursie im. Eugeniusza Gepperta. Od 1999 r. swoją drogę twórczą związała z grupą artystyczną „Kontynuacja i Sprzeciw”, gdzie członkami honorowymi grupy zostali prof. Wanda Gołkowska i Jan Chwałczyk. Grupa prezentuje się w składzie otwartym, zapraszając do udziału w wystawach również innych artystów oraz krytyków sztuki. Grupa KiS przez wiele lat prowadziła stałą współpracę z Gerardem Blumem-Kwiatkowskim w Muzeum Modern Art w Hünfeld.

Działalność Pani Anny Stępkowskiej-Nowak w obszarze projektowym i przemysłowym (zakończona wdrożeniami) jest imponująca. W przeciągu dziesięciu lat udało jej się wdrożyć koncepcje własnego autorstwa dla wybranych firm: KORNER, FABATA, HASCO-LEK i GRUPA HASCO, GALERIA PRÓSZKOWSKA 54, AUTO PACK, MEBLE VOX, MEBLE BEST, EQUUS, EXPEDUS oraz CERAMIQUE POLSKA.

Godne odnotowania są zdobyte przez doktorantkę nagrody wdrożeniowe (łącznie 6).

Doświadczenie zawodowe doktorantki przełożyło się na jej zdobyte umiejętności i profesjonalizm. W latach 2001–2022 Pani Anna Stępkowska-Nowak, podjęła współpracę z blisko czterdziestoma podmiotami zewnętrznymi realizując sporą ilość zadań projektowych.

Na liście dorobku artystycznego i projektowego znajdziemy pokaźny wykaz aktywności doktorantki w obszarze wystaw i targów produktowych. Dziewiętnaście wymienionych pozycji potwierdza aktywność doktorantki w tym zakresie.

W latach 2019–2020 Pani Anna Stępkowska-Nowak wzięła udział w trzech konferencjach poświęconych projektowaniu przemysłowemu, w charakterze prelegenta.

Prezentacja twórczości doktorantki uzupełniona wywiadami zamyka się w dziewiętnastu publikacjach.

Na koniec warto odnotować statystykę prezentacji artystycznych, potwierdzających aktywność twórczą. W latach 1995–2022 Pani Anna Stępkowska-Nowak uczestniczyła w 44 wystawach indywidualnych i zbiorowych. Jej prace artystyczne znajdują się w zbiorach Dolnośląskiej Zachęty oraz w Muzeum Modern Art w Hünfeld (Niemcy).

OCENA KONCEPCJI I REALIZACJI PRACY DOKTORSKIEJ

Poddane weryfikacji dzieło doktorskie Pani Anny Stępkowskiej-Nowak jest przedsięwzięciem o charakterze wdrożeniowym, powstałym w oparciu o ścisłą współpracę z funkcjonującym od wielu lat podmiotem zewnętrznym. Działania tego typu w znaczący sposób wspomagają innowacyjność, ułatwiając współpracę między otoczeniem gospodarczym a uczelniami oraz instytucjami naukowymi i badawczymi.

Praca składa się z dwóch zasadniczych części: teoretycznej – będącej wnikliwą analizą zgromadzonej dokumentacji, dotyczącej firmy Korner oraz projektowej – stanowiącej kompleksowe opracowanie identyfikacji wizualnej nowej marki Korner Design wraz z jej ofertą wzorniczą.

Nawiązanie kontaktu z firmą Korner, dystrybuującą materiały do produkcji mebli wielu znanych marek oraz specjalizującą się w obsłudze szeroko pojmowanego rynku meblarskiego zapoczątkowało zainicjowany przez doktorantkę proces integracji sztuki i designu z dotychczasową filozofią funkcjonowania firmy.

Warto w tym miejscu podkreślić wagę współpracy projektantów, czy też artystów ze środowiskiem producenckim. Powszechną praktyką wytwórców z branży meblarskiej jest zapożyczanie istniejących rozwiązań projektowych kosztem utraty indywidualności oferty kierowanej do klienta. Tym bardziej, proponowana przez doktorantkę forma realnej współpracy studentów wzornictwa przemysłowego, rzeźby i projektowania graficznego Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, jest szczególnie istotna.

Trudno przeprowadzać ocenę tak złożonego przedsięwzięcia bez przybliżenia strategii i celów, przyjętych na potrzeby tego projektu. Celem nadrzędnym było wprowadzenie na rynek, po uprzednim opracowaniu tożsamości i identyfikacji wizualnej – nowej marki Korner Design. Drugim celem było opracowanie strategii wzorniczej marki, czyli DNA portfolio produktowego oraz opracowanie nowych metod (narzędzi) promowania produktów i usług, które będą wykorzystane w strategii marketingowej.

Proponowana metoda badawcza zakładała logiczne następstwo poszczególnych etapów według precyzyjnie narzuconego schematu: ocena bieżącej kondycji firmy, pozyskiwanie kluczowych informacji dotyczących funkcjonowania przedsiębiorstwa, opinii konsumenckiej, rozpoznanie potrzeb i realnych możliwości dokonania zmian.

Zaproponowany przez Panią Annę Stępkowską-Nowak model współpracy z firmą Korner, potwierdza jej szerokie kompetencje, doświadczenie i profesjonalizm w pracy nad stworzeniem tożsamości i wizerunku submarki Korner Design. Zakres podejmowanych przez doktorantkę badań jest bardzo szczegółowy i kompletny, w rozumieniu współcześnie funkcjonujących strategii marketingowych.

W oparciu o zgromadzoną wiedzę na podstawie przeprowadzonych badań, rozmów, wywiadów i ankiet, uzyskano istotne informacje dotyczące silnych i słabych stron przedsiębiorstwa. Ten etap wydaje się kluczowy, w kontekście wypracowanej nowej misji i wizji dalszego funkcjonowania. Analiza wyników przeprowadzonego audytu wewnętrznego wykazała brak spójnej strategii marketingowej, niski poziom kreatywności i przemyślanych strategii reklamowych, jednocześnie coraz większą świadomość zarządu firmy o roli wzornictwa produktów, decydującej o atrakcyjności oferty i konkurencyjności.

Zaproponowana przez doktorantkę idea wykreowania alternatywnej oferty firmy Korner, skierowanej do bardziej świadomego i wymagającego konsumenta była decyzją trafną i, przede wszystkim, otwierającą szerokie możliwości działań projektowych.

Zdaję sobie sprawę, że tego typu inicjatywy nie rodzą się w oderwaniu od rzeczywistości. Koniecznym wydaje się uwzględnienie preferencji i oczekiwań przyszłych klientów, analiza potrzeb rynku i rozeznanie oferty firm konkurencyjnych. Na uwagę zasługuje fakt, iż w wyniku przeprowadzonych badań, każdy z wymienionych przeze mnie aspektów, został zdiagnozowany na potrzeby dalszych prac nad projektem.

Wdrożeniowa praca doktorska Pani Anny Stępkowskiej-Nowak jest dziełem złożonym w rozumieniu dwóch tyleż odmiennych, co komplementarnych strategii pracy nad tym projektem. W skład pierwszej

wchodzi cały aparat badawczy utożsamiany z rozpoznaniem, audytem, diagnozą, analizą itp. Druga zaś, odwołuje nas do doświadczeń i kompetencji projektowych. Według doktorantki: *na tożsamość marki składają się zarówno elementy wizualne, jak i całościowa strategia biznesowa. Do pierwszej grupy zalicza się m.in. nazwę, logo, kolorystykę, typografię, szatę graficzną materiałów promocyjnych, styl wizualny, a także claim marketing. Na drugą grupę składa się kultura organizacyjna marki, jakość obsługi klienta, doświadczenia klientów, partnerów handlowych, czy działalność społeczna. Wszystkie te czynniki tworzą filozofię oraz indywidualność marki, pozwalając ją zidentyfikować i odróżnić od konkurencji.*

W tej części recenzji chciałbym odnieść się do przyjętej strategii projektowej, osobno dla rozwiązań stricte graficznych i dla rozwiązań typowo przestrzennych, związanych z prototypami mebli, ekspozytorów oraz aranżacji wnętrz.

Archaiczność pierwotnej koncepcji identyfikacji wizualnej firmy Korner (stylistycznie osadzonej w latach 90. XX wieku), nie nadążała za rzeczywistym rozwojem firmy oraz estetycznie odbiegała od aktualnie obowiązujących trendów projektowych. W tym kontekście trudno dziwić się doktorantce, iż podjęła decyzję o gruntownym przeprojektowaniu koncepcji, a ściślej, zaprojektowaniu jej od podstaw.

Sprytnym zabiegiem formalnym, przy projektowaniu znaku graficznego, było powiązanie nowo stworzonej submarki **Korner Design** z marką macierzystą na poziomie zbieżności tylko nazwy i kolorystyki. Tą decyzję łatwo uzasadnić intencją pokrewieństwa jednakże z zupełnie inną ofertą wzorniczą i marketingową obu marek. Dodatek słowa *design* dobitnie wyznaczył inny profil grupy docelowej.

Znak graficzny Korner Design składa się ze zróżnicowanego pod względem skali sygnetu oraz logotypu z pełną nazwą firmy, pozycjonowanego w dwóch wierszach. Dominujący nad logotypem sygnet, zawiera akronim KD, utworzony od pierwszych liter pełnej nazwy. Jego masywna i wyrazista forma może sugerować stabilność i solidność oferowanego asortymentu. W literze K (sygnetu) zastosowano figuratywny znak w postaci dialogowej chmurki, którą konsekwentnie można odnaleźć w pozostałych materiałach promocyjnych.

W logotypie zastosowano dwa bezszeryfowe, korespondujące ze sobą kroje pisma (Segoe i Corbel), a w całym znaku wyraźnie eksponowaną hierarchę ważności. Kolorystycznie mamy do czynienia z zestawem dwóch barw: dominującej czerni i dopełniającej żółci. Z dołączonej wizualizacji wynika, iż dla nowego logo stworzono kompletną księgę znaku, zawierającą wytyczne jego stosowania.

Kolejną reprezentacją wizualną nowej marki jest layout magazynu branżowego zawierającego aktualną ofertę linii Korner Design. Prezentowaną szatę graficzną cechuje lekkość, przestrzeń i rozpoznawalna konsekwencja decyzji typograficznych. To przeciwieństwo materiałów archiwalnych. Znajdziemy tu sporo światła, oddechu, znakomitych fotografii, wyczucie i smak.

Na potrzeby identyfikacji opracowano system oznakowania oferty firmowej, dedykowanej do konkretnej przestrzeni oraz system piktogramów, obecnych w materiałach informacyjnych. Tzw. strefy przeznaczenia (łazienka, kuchnia, biuro itp) oznaczono pionowymi tabliczkami ze stosownym numerem, jednoznacznym wskazaniem strefy, opisem oferty i nazwą producenta. Układ graficzny wykorzystuje rozwiązania obecne w znaku graficznym: krój pisma, układ, pozycjonowanie i hierarcha ważności.

Nieco inaczej prezentują się piktogramy w materiałach informacyjnych. Ich prosta i czytelna forma eksponowana jest w kontrze pod postacią białej linii na szarym tle. Całość kompozycji zamknięta jest w kwadracie. Pod każdym z piktogramów możemy odnaleźć słowne potwierdzenie uproszczonych znaczeń.

Warto w tym miejscu podkreślić wagę treści prezentowanych przez stronę internetową. To zaawansowane narzędzie marketingowe w znaczący sposób wpływa na wizerunek firmy, usługi, produktu. Strukturę strony, wraz z jej kategoriami produktowymi, zaprojektowano według opisywanego wcześniej schematu.

Godny podkreślenia jest fakt, iż merytoryczna zawartość poszczególnych zakładerek (np. stref, kategorii produktowych) jest autorstwa doktorantki.

Opracowana przez Panią Annę Stępkowską-Nowak kompleksowa identyfikacja wizualna firmy Korner Design przemawia do odbiorcy współczesnym językiem projektowania graficznego. Jest stylistycznie konsekwentna i spójna, doskonale sprawdza się zarówno w formie drukowanej jak i cyfrowej. Jej mocną stroną są profesjonalnie wykonane fotografie wnętrz oraz produktów.

Warto podkreślić, iż doktorantka zadbała również o dystrybucję nowych treści w oparciu o zróżnicowane narzędzia komunikacji: konwencjonalny druk, platformy internetowe, e-mail marketing, newsletter, aplikacja mobilna. Efekty tych działań potwierdzają statystyki. Ponad połowa klientów zewnętrznych zauważyła pozytywne zmiany, blisko 80% pracowników doceniła nową odsłonę firmy.

Kolejny obszar aktywności twórczej doktorantki dotyczył strategii wzorniczej. Skorygowano ofertę pod kątem wzorniczym, wyselekcjonowano produkty premium o określonych walorach użytkowych i estetycznych. Ideę stworzenia przyjaznej i funkcjonalnej przestrzeni, gdzie będzie można wprowadzić i przetestować określone produkty/rozwiązania, wdrożono w postaci tzw. Wzorcowni i Prototypowni. Starannie zaaranżowane pomieszczenie jest nie tylko miejscem ekspozycji wyselekcjonowanych próbek produktów premium. To również inspirujące wnętrze w którym spotykają się projektanci, architekci, producenci, dystrybutorzy mebli, majsterkowicze oraz studenci szkół artystycznych.

Koncepcja Showroomów i Wzorcowni w jednym, wydaje się być szczególnie ważną i trafną decyzją w kontekście budowania nowego wizerunku firmy. To znakomicie zaprojektowana przestrzeń, z określoną funkcjonalnością i przeznaczeniem. Jej użytkowa wszechstronność służy realizacji wielu celów: oryginalnej ekspozycji, konfrontacji pomysłów, prezentacji prototypów i nowych technologii, organizacji warsztatów i szkoleń. Starannie dopracowaną aranżację wnętrza, zaprojektowano z dbałością o każdy detal. Forma oraz układ mebli i ekspozytorów, system oświetlenia, konstrukcja podwieszanego sufitu, charakter i kolorystyka podłogi stanowią spójną całość.

Niezmienne ważną częścią tego doktoratu jest próba integracji trzech kluczowych obszarów: sztuki, nauki i biznesu. Jak pisze autorka: *Sieciowanie różnych środowisk – twórczych, naukowych z otoczeniem gospodarczym, to jeden z kluczowych elementów strategii marki Korner Design. Potrzeba dostosowania się do nowych społecznych trendów wymusiła na firmie działania ukierunkowane na współpracę i intensywniejsze komunikowanie się artystów, projektantów, architektów, producentów, co sprzyja komercjalizacji wiedzy, wymianie informacji i doświadczeń, rozbudowaniu relacji społecznych.*

Zaproponowana przez doktorantkę strategia współpracy na linii artysta–przedsiębiorca–uczelnia, stwarza warunki do testowania i rozwijania nowatorskich pomysłów biznesowych, naukowych, artystycznych przy wykorzystaniu współpracy między różnymi podmiotami i instytucjami.

W moim odczuciu, z wszystkich wymienionych przeze mnie atutów tego doktoratu, ten ostatni uważam za niezmiennie ważny w kontekście perspektywicznej wizji rozwoju nauki, wspieranej przez biznes i podmioty zewnętrzne.

OCENA DOROBKU DYDAKTYCZNEGO I POPULARYZATORSKIEGO W OBSZARZE SZTUKI

Pani Anna Stępkowska-Nowak od 2019 roku związana jest zawodowo z Katedrą Projektowania Graficznego Wrocławskiej Akademii Sztuk Pięknych im. E. Gepperta, pracując na stanowisku asystentki.

W roku akademickim 2019/2022 prowadziła zajęcia z projektowania graficznego dla studentów III i IV roku. W ramach pracy dydaktycznej prowadzi zajęcia ze studentami, oparte głównie o metodologię Design Thinking, stosowaną w projektowaniu. Ich celem jest połączenie etapu badawczego i dydaktycznego jako wartość poznawcza i praktyczna podejmowana w edukacji. Studenci podejmują działania związane z wymogami rynkowymi, poznają środki i metody budowania strategii przekazu wizualnego, zdobywają doświadczenie i umiejętności współpracy z podmiotami zewnętrznymi. W związku z tym pracownia proponuje realną współpracę z otoczeniem gospodarczym w ramach dydaktyki.

W latach 2019–2022 podjęto współpracę z następującymi firmami / instytucjami: **Nokia** (opracowanie logo, księgi znaku i materiałów reklamowych dla programu Nokia Academy), **Natural Baby Care** (opracowanie szaty graficznej dla linii kosmetyków dziecięcych), **Winnica Świdnicka** (projekt graficzny linii etykiet na wino), **Fundacja Olgi Tokarczuk** (opracowanie logo i identyfikacji wizualnej), **Korner** (projekt opakowania na próbki materiałowe, wzornik materiałów meblarskich).

Pani Anna Stępkowska-Nowak w roku 2021 pełniła funkcję członkini Komisji Raportu Samooceny Wydziału Grafiki i Sztuki Mediów opracowanego dla Komisji Akredytacyjnej.

W ramach studiów doktoranckich podjęła szereg inicjatyw organizacyjnych i koordynacyjnych:

W roku 2019 zainicjowała i koordynowała konferencję **Your one day with design**, która odbyła się na wrocławskiej ASP z udziałem prelegentów z Włoch m.in. designera Stefano Adrianiego (Studio Adriani & Rossi Italia), przedstawicieli fabryki Kronospan Italia, profesorów i doktorantów wrocławskiej ASP oraz przedstawicieli zewnętrznych m.in. z Instytutu Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie (Katarzyna Rzehak).

W roku akademickim 2019/2020 była pomysłodawcą i współkoordynatorem konkursu **Korner Design Awards – Good Ideas 2020**, zorganizowanego dla studentów wrocławskiej ASP na projekt mebli na taras budynku ASP CSU Centrum Innowacyjności przy ul. Traugutta. W ramach przedsięwzięcia zaprojektowała materiały informacyjne (logo konkursu, plakat, ulotki).

W roku 2019 była pomysłodawcą, współorganizatorem i koordynatorem szkolenia dla studentów wrocławskiej ASP kierunków wzorniczych, projektowych i rzeźby. Szkolenie zostało przeprowadzone przez firmę **Pfleiderer Polska** w związku z konkursem na projekt mebli tarasowych dla ASP CSU Centrum Innowacyjności.

W roku 2019 była pomysłodawcą, współkoordynatorem i kuratorem wystawy towarzyszącej konferencji **Your one day with design** ASP Wrocław. W wystawie udział wzięli partnerzy i goście konferencji m.in.: designer Stefano Adriani (Studio Adriani & Rossi, Italia), prof. Piotr Jędrzejewski, firmy partnerskie: Pfleiderer Polska, Korner Sp z o.o., studenci pracowni mebli wrocławskiej ASP.

Pani Anna Stępkowska-Nowak udziela się również (jako członek jury) w konkursach organizowanych dla studentów wrocławskiej ASP.

W latach 2018–2020 brała udział w trzech konferencjach (występując w roli prelegenta) i czterech targach branżowych.

Pani Anna Stępkowska-Nowak, w ramach swojego doktoratu wdrożeniowego, podjęła się opracowania strategii wizerunkowej, zaprojektowania aranżacji wnętrza i nadzorowania realizacji prac wdrożeniowych dwóch showroomów–wzorcowni Korner Design (Katowice, Wrocław) realizowanego dla firmy Korner.

Wspomniany przeze mnie Showroom–wzorcownia Korner Design, ma pełnić rolę „platformy sieciującej” integrującej różne środowiska, ale jest również miejscem promującym młode talenty. W przestrzeniach istnieje możliwość prezentowania prac artystycznych (ceramiki, szkła, rzeźby).

W roku 2019, w ramach popularyzacji sztuki, powstały trzy projekty stoisk targowych firmy Korner (Warsaw Home, Warszawa; 4 Design Days, Katowice; Arena Design i Meble Polska, Poznań).

Filozofia zajęć realizowanych przez Panią Annę Stępkowską-Nowak na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu opiera się na intensywnej współpracy z podmiotami zewnętrznymi. Wiele ze zrealizowanych projektów zostało wdrożonych, a ich bardzo wysoki poziom wykonawczy nie budzi żadnych wątpliwości.

KONKLUZJA

Po zapoznaniu się z przedstawionym do oceny dziełem artystycznym / projektowym, częścią teoretyczną wraz z dokumentacją dorobku dydaktycznego, organizacyjnego i popularyzatorskiego w obszarze sztuki mgr Anny Stępkowskiej-Nowak stwierdzam, iż całość spełnia wymogi pracy doktorskiej.

Przedłożona przez panią Annę Stępkowską-Nowak dysertacja pt: ***Opracowanie strategii wzorniczej i komunikacji wizualnej marki Korner Design. Określenie roli designu w budowaniu tożsamości nowej marki*** z wyczerpującym opisem wraz z dokumentacją przyjętej i zrealizowanej strategii projektowej, potwierdza bardzo wysoki poziom dojrzałości twórczej, rzetelność pracy nad kolejnymi etapami projektu oraz profesjonalizm w podejściu do podjętego problemu.

Zważywszy na całokształt działalności Doktorantki popieram wniosek Rady Wydziału Grafiki i Sztuki Mediów Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu o przyznanie mgr Annie Stępkowskiej-Nowak stopnia doktora w dziedzinie sztuk plastycznych, w dyscyplinie sztuk pięknych.



dr hab. Grzegorz Gajos