

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kreativ Kommunikation (Visuel Kommunikation)

Fagbeskrivelse

Efterår 2023

Brand Creation

3. semester

Varighed: 10 ECTS

Formål

Den studerende skal arbejde med branding og markedsføring af produkter eller services, og med afsæt i udført research udvikle og beskrive en kommunikationsstrategi. Den studerende skal anvende sit teoretiske grundlag ved praktisk at arbejde med brandingprocessen fra de første stadier af research, over idégenerering til de sidste stadier med design og art direction. Den studerende lærer at håndtere kreative processer knyttet til branding- og identitetsproblematikker, samt at løse en integreret kommunikationsopgave.

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Den studerende lærer at koble teoretisk refleksion med handlinger i praksis, samt reflektere og inddrage relevant teori og viden. Det sker med henblik på at kunne begrunde og kvalificere sine handlinger i praksis. Læringsaktiviteterne tager i dette forløb afsæt i følgende grundprincipper:

Grundprincip 2: Undervisningen planlægges med passende forstyrrelser

Grundprincip 3: Undervisningen tilrettelægges som udforskning

Grundprincip 4: Undervisningens indhold tager udgangspunkt i det gode eksempel

Grundprincip 6: Undervisere og studerende skaber rum for dialog

Forløbet er skemalagt med en kombination af selvstudium, teoridiskussion, forelæsninger samt løsning af opgaver i grupper. Obligatorisk og frivillig mundtlig feedback til studerende ifm opgaver. Opgaver løses i grupper og præsenteres for klassen hvor underviser, eksterne samt studerende giver mundtlig feedback. Efter præsentationer og feedback reflekteres individuelt over proces.

Forløbets tilrettelæggelse og forløbsopgaven er af en sådan karakter, at de studerende for at nå forløbets mål skal arbejde i teams af 2 eller 3. Gruppestørrelsen er undervisers beslutning.

Redskaber:

Analyse, layout, moodboard, kampagneflow, udarbejdelse af designvarianter/løsningsforslag.

Læringsmål

De studerende skal opnå viden om:

- Brandingteori
- Værdien af branding
- Visuel og verbal identitet
- Udvikling af navn
- Konceptuel emballage
- Kreative strategier
- Branding: SoMe
- Brandkampagner
- Brand-evaluering
- Præsentationsopbygning

Efter forløbet skal de studerende have færdigheder i

- Teamsamarbejde
- Effektiv analyse og research

- Arbejde med værktøjer til strategisk og kreativ tænkning
- Lære at udvikle, raffinere og evaluere strategier og idéer
- Lære at præsentere deres arbejde og ideer effektivt

Efter forløbet skal de studerende have kompetencer i:

- Effektiv analyse og research
- Udarbejdelse af et sammenhængende brand
- Udvikling af sammenhængende brandkommunikation på tværs af medier og platforme
- Udvikling af kreative samspil mellem forbruger og brand
- Præsentation af brand kampagner

Læremidler:

Litteratur - udleveres:

Read Me, by [Roger Horberry](#) & [Gyles Lingwood](#) (Laurence King Publishers 2014)
Branding in five and a half steps / Michael Johnson (Thames & Hudson, 2016)
The Brand Gap, Marty Neumeier, (New Riders, 2014)
Zag Marty Neumeier (New Riders, 2016)
Wally Olins: The Brand Handbook (Thames & Hudson 2010)
Materiale i form af slides fra forløbets forelæsninger med relevante teorier.

Eksamensforudsætninger:

Opfyldelse af eksamensforudsætninger er et krav for, at den studerende kan deltage i forløbets eksamen. Eksamensforudsætninger kan være mødepligt, deltagelsespligt, gruppearbejde, opgaver, fremlæggelser, præsentationer etc. Manglende opfyldelse af eksamensforudsætning medfører, at den studerende har mistet et prøveforsøg.

Mødepligt:

Der er fysisk mødepligt på skolen alle skoledage. Hvis der undtagelsesvis ikke er fysisk mødepligt til undervisnings- eller læringsaktiviteter, angives det med et "FF" (frivilligt fremmøde) i læringssystemet itslearning.

Deltagelsespligt:

Forudsætningen for at tage eksamen er, at den studerende har afleveret alle de obligatoriske stillede opgaver i forløbet, og deltaget i gruppearbejde og vejledning.

Afhjælpningsmuligheder:

Ved lovligt fravær gælder afhjælpning.

Erstatningsopgaver: fravær fra undervisning og læringsaktiviteter kan erstattes med en eller flere opgaver, hvis underviseren skønner det muligt. Har den studerende fravær til undervisning og læringsaktiviteter i et omfang der vurderes for meget i forhold til forløbets indhold og læringsmål, skal forløbet skal tages om.

Eksamen:

Bedømmes ved 7-trinsskalaen og intern censur.

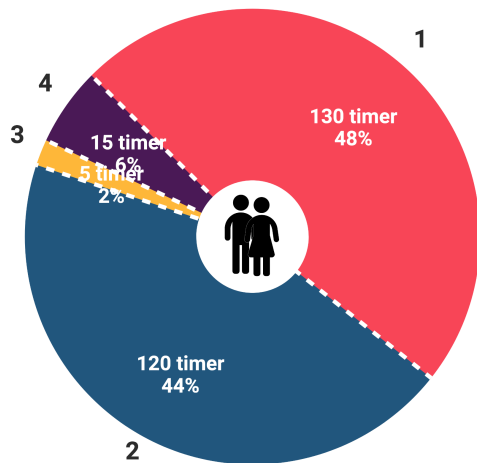
Eksamensform: Forløbet afsluttes med en opgave, hvor de studerende dokumenterer deres kompetencer til selvstændigt at analysere, vurdere, dokumentere og løse kommunikationsproblemer. 15-20 minutters mundtlig eksamen, inkl. feedback og votering (5 min pr. person ved gruppeeksamen, 2-3 personer).

De studerende bedømmes individuelt. Bedømmelsen afspejler en samlet vurdering af den kreative løsning, den faglige argumentation samt den mundtlige præsentation.

Studieaktivitetsmodellen

Brand Creation

270 timer i alt
10 ECTS points
6 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Forelæsninger, vejledninger og gennemgange, omfattende forløbsopgave og endelig præsentation af denne.

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Selvstændigt gruppearbejde med forløbsopgave

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Egen opsamling på gruppearbejde

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Inspirationsøgning

Godkendt af KV – oktober, 2023