

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – fællesfag
Branding
3. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Den studerende skal kunne forstå, planlægge og udarbejde brandstrategi som en del af den kreative og analytiske proces med henblik på at tilegne sig indsigter til brug for at kvalificere kreative resultater. Den studerende skal kunne håndtere kommunikationsprocesser knyttet til arbejdsopgaver med tyngdepunkt på branding og image.

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Forløbet samles med deltagelse af alle fire studieretninger på Visuel Kommunikation med udgangspunkt i refleksiv dialog og praksislæring i en kombination af forelæsninger, selvstudium, gruppearbejde samt løsning af øvelser og opgaver. Opgaver og øvelser løses som projektarbejde i grupper og præsenteres i form af skriftlig rapport og pitch.

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Brandingteorier
- Brandstrategi på baggrund af analyse og research

De studerende skal opnå færdigheder i:

- Opsætte kriterier for et brands identitet
- Udarbejde branding strategier
- Argumentere for valg af metoder og strategier

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Arbejde med brandingteorier
- Udarbejde en brandstrategi på baggrund af research
- Præsentere brandstrategi og løsningsforlag for kunde i form af pitch

17.11.2023

Side 1 / 2

Litteratur (udleveres digitalt):

Heding, Knudtzen & Bjerre: Brand Management – Mastering research, Theory and Practice, Routledge, third edition, 2020 (udvalgte kapitler).

Tilde Heding: Brand-strategier (Kapitel 5) I: Markedskommunikation i praksis (2013), Red: Kristian Eiberg, Sine Nørholm Just, Erich Kaare Karsholt & Simon Torp. Samfundslitteratur.
Tony Allen & John Simmons: Visual and verbal identity (Chapter 7) iln: Brands & Branding, ed. By Rita Clifton, 2nd. ed. London: The Economist.

Michael Johnson: Branding in Five and a Half Steps (introduktion) 2016. Thames & Hudson.

David Airey: ID (udvalgte kapitler) 2019, Rockport.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

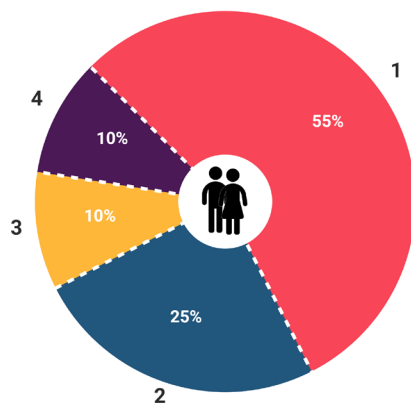
Prøveform:

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. Forløbet afsluttes med en samlende opgave. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Se studieordningen for møde- og deltagelsespligt.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Branding og research
5 ECTS points



Kategori 1

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

Kategori 2

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

Kategori 3

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

Kategori 4

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

17.11.2023

Side 2 / 2

Godkendt / NN august 2021