

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – fællesfag
Fagbeskrivelse
Efteråret 2022
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.

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:

17.11.2023

Side 1 / 3

Grundprincip 1: Den studerendes egne oplevelser og erfaringer inddrages i undervisningen

Grundprincip 2: Undervisningen planlægges med passende forstyrrelser

Grundprincip 3: Undervisningen tilrettelægges som udforskning

Grundprincip 4: Undervisningens indhold tager udgangspunkt i det gode eksempel

Grundprincip 5: Undervisere og studerende samarbejder om læreprocesser

Grundprincip 6: Undervisere og studerende skaber rum for dialog

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 løsningsforslag for kunde i form af pitch

Læremidler:Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

—

Litteratur - udleveres:

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) iIn: 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.

Frit tilgængelig:

—

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 mødepligt til forløbet. Det angives i læringssystemet Itslearning til hvilke lærings- og undervisningsaktiviteter, der er fysisk mødepligt (MP).

Deltagelsespligt:

Der er deltagelsespligt 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, at der afleveres en brandingstrategi i grupper på 4-6 personer, der forsvares ved en mundtlig eksamen. Den mundtlige gruppeeksamination er tilrettelagt med 5 minutter pr. gruppemedlem (inkl. votering).

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

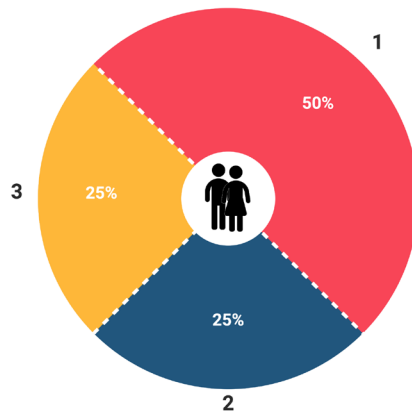
17.11.2023

Side 2 / 3

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

VK Branding
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.

Godkendt / august 2022 - NN

17.11.2023

Side 3 / 3