

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**VK – Kreativ Kommunikation**  
**Fagbeskrivelse**  
**Forår 2021**

## **4. semester**

### **Brand Creation**

Forløbet undervises delvist på engelsk

**Varighed:** 6 uger (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.

Modulets centrale fagelementer er:

- Teamsamarbejde
- Værdien af branding
- Visuel og skreven identitet
- Udvikling af navn
- Konceptuel emballage
- Kreative strategier til brands
- Branding: hjemmesider
- Brandkampagner
- Brand-evaluering
- Præsentation

De studerende skal:

- Studere et aktuelt branding landskab
- Lære at implementere effektiv analyse og research
- Arbejde med værktøjer til strategisk og kreativ tænkning
- Lære at evaluere, udvikle og raffinere strategier og idéer
- Lære at præsentere deres arbejde og ideer effektivt

#### **Læringsmål**

Efter forløbet skal de studerende have indsigt i og viden om;

- Udarbejdelse af effektiv analyse og research
- Skabelsen af et vellykket brand
- Værdien af brand diversitet
- Udvikling af kommunikation for brands
- Skabelse af nye former for samspil mellem forbruger og brand
- Implementering af kompleks brand kommunikation på tværs af medie platforme
- Præsentation af brand kampagner

kunne

- Udvikle brandkampagner til præsentation

- Promovere et brand konsekvent på tværs af flere medieplatforme
- Udarbejde kreative strategier og idéer til brands
- Træffe relevante og effektive medievalg

## **Redskaber**

Research, analyse, branding eksempler, udvikling af navn, brand positionering, kritisk analyse af arbejde, samarbejde, præsentationsteknik.

## **Egenskaber**

Fleksibilitet, overblik, omhu, originalitet, samarbejdsvilje

## **Metoder**

Forløbet er en kombination af forelæsninger, casestudies, holdundervisning, selvstudium, gruppearbejde, løsning af øvelser og opgaver. Forløbets tilrettelæggelse og forløbsopgaven er af en sådan karakter, at de studerende for at nå forløbets mål skal arbejde i teams af 2. I tilfælde af ulige antal studerende i klassen, vil den ansvarlige underviser beslutte, hvilket team, der skal arbejde sammen 3. I forløbet lægges der vægt på analyse og refleksion og feedback på egne og andres processer og produkter.

## **Litteratur (alle i uddrag):**

**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)

## **Mødepligt/deltagelsespligt**

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisnings- og vejledningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde og opgavegennemgange. Alle stillede opgaver skal afleveres.

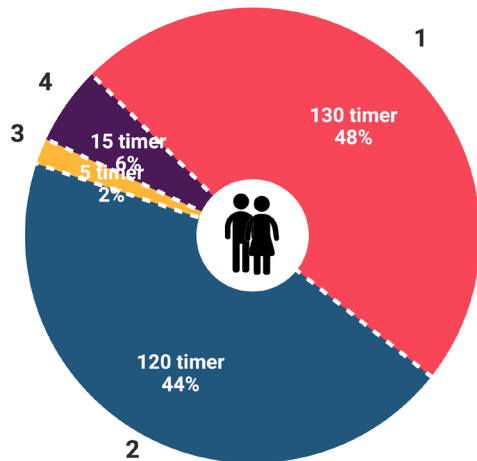
## **Prøveform**

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået. 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-, deltagelses- og samarbejdspligt.

## 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.

Inspirationssøgning

Godkendt af NNS - 19. Jan 2021