

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – samlæsning
Fagbeskrivelse
Efterår 2019

3. semester

Forløb: Branding og research

Varighed: 5 ECTS

Formål

Den studerende skal kunne forstå, planlægge og udføre research 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.

Forløbets centrale fagelementer er:

- Brandingteorier
- Researchmetoder

De studerende skal:

- Opsætte kriterier for et brands identitet
- Kunne vælge researchmetode i forhold til kommunikationsopgave
- Planlægge og gennemføre researchdesign
- Udarbejde branding strategier
- Argumentere for valg af metoder og strategier

Læringsmål

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

- kvalitative og etnografiske researchmetoder
- kvantitative og sensoriske researchmetoder
- brandteorier

kunne

- planlægge og udføre research
- udarbejde en brand strategi

Redskaber

Felt- og desk research, prototyping, kvalitativ og kvantitativ analyse, rationel argumentation.

Egenskaber

Kreativ, problemløsende, strategisk, analytisk.

Metoder

Forløbet er en kombination af forelæsninger, gruppearbejde, selvstudium, løsning af øvelser og opgaver. Opgaver og øvelser løses både individuelt og i grupper. I forløbet lægges der vægt på problemløsning ved hjælp af kreativitetsteknikker og brandmodeller.

Læremidler

Bøger:

Heding, Knudtzen & Bjerre: Brand Management – Research, Theory and Practice, Routledge, 2016 (evt. ny udgave 2019).

Mødepligt/deltagelsespligt

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

Udprøvning

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 afsnit om møde- og deltagelsespligt.

STUDIEAKTIVITETSMODEL

