

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – alle studieretninger
Fagbeskrivelse
Efterår 2020

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
- Segmentere, definere og argumentere for valg af målgrupper

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, 2020 (kapitel 1-3,11)

Jenn Visocky O'grady: A designer's research manual, 2017 (kapitel 2)

Mødepligt/deltagelsespligt

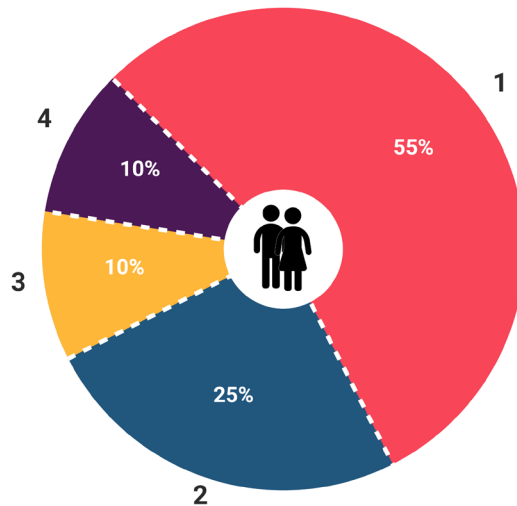
Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

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.

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.