



GÖTEBORGS UNIVERSITET
KONSTNÄRLIGA FAKULTETSNÄMNDEN

KMD666, Design, varumärke och marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Design, Branding and Marketing, 7.5 higher education credits

Avancerad nivå/Second Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Konstnärliga fakultetsnämnden 2011-01-26 att gälla från och med 2010-11-18.

Utbildningsområde: Design 100%

<i>Huvudområde</i>	<i>Fördjupning</i>
Business och Design	Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Ansvarig institution: Högskolan för design och konsthantverk

2. Inplacering

Kursen ingår i Masterprogrammet Business & Design som obligatorisk kurs. Den ges också som fristående kurs.

3. Förkunskapskrav

Antagen till Masterprogrammet Business & Design är garanterad plats på kursen. För övriga sökande krävs akademisk grundexamen motsvarande 180 hp (120p) eller motsvarande kunskaper från utländsk utbildningsanstalt.

4. Innehåll

Kursens syftar till att öka förståelsen för relationen mellan design och marknadsföring som ämnen, både teoretiskt och praktiskt. Kursen undervisas med varumärke som grundläggande utgångspunkt och kommer att innefatta:

- Teoretisk fördjupning och reflektion över relationen mellan marknadsföring och design, samt i varumärkest teori både ur ett företags- och konsumentperspektiv.
- Metodik för marknads- och varumärkesanalys, samt att hantera varumärket och det visuella i marknadskommunikation och produktutveckling.
- Genomförande av praktiska uppgifter i tilldelat case. Studenterna analyserar och använder olika design- och marknadsföringsmetoder för att bygga ett varumärke och skapa ett marknadserbudande som presenteras i både skriftlig och visuell form. Redovisningar och presentationer ska ske så att studenterna utnyttjar såväl designkunskaper som marknadsföringskunskaper.

5. Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för relationen mellan marknadsföringsämnet och designämnet samt deras koppling till varumärket.
- redogöra för begreppet branding ur ett design- och marknadsföringsperspektiv
- strukturera, prioritera, optimera och implementera information i en design- och marknadsföringskontext.

Färdighet och förmåga

- visa prov på förmåga att hantera gruppdynamiska processer.
- utveckla förslag på marknadserbudanden baserat på

varumärkesbyggande och med hjälp av design- och marknadsföringsmetoder.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- identifiera sina egna behov av ytterligare kunskap och ta ansvar för sin egen kunskapsutveckling.
- visa på förmåga till reflektion över eget och andras förhållningssätt till relationen mellan design och marknadsföring.

6. Litteratur

Se separat litteraturlista

7. Former för bedömning

Kursen examineras löpande vid schemalagda föreläsningar, seminarier och genomgångar samt genom inlämning av rapporter, genomförande av presentationer och tillämpningsövningar.

Student har rätt till byte av examinator, om det är praktiskt möjligt, efter att ha underkänts två gånger på samma examination. En sådan begäran ställs till institutionen och skall vara skriftlig.

8. Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd.

Betyg sätts av kursansvarig lärare i samråd med medverkande seminarie- och handledare. Studerande som underkänts två gånger har rätt att begära att annan lärare utses för att bestämma betyg.

9. Kursvärdering

Kursen utvärderas muntligt i grupp tillsammans med kursansvarig lärare samt individuellt och skriftligt efter avslutad kurs på GUL.

10. Övrigt

Undervisningsspråk: svenska och engelska.