

Kursplan

Reklamdesign 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 1

Promotional design 7.5 Credits*, First Cycle Level 1

Lärandemål

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- redogöra för centrala begrepp inom kommunikation och marknadsföring
- korrekt använda grundläggande terminologi inom koncept- och kampanjutveckling
- förklara strategier inom marknadsföring med hjälp av grundläggande kommunikationsteorier

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- genomföra en visuell innehållsanalys för att motivera val av grafisk design till en utvald förpackning
- utforma och motivera en grundläggande kommunikationsplan och grafiskt marknadsföringsmaterial med utgångspunkt från given uppdragsbeskrivning och enkel research
- skriftligen och muntligen presentera ett kampanjförslag för en publik

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- föra fram olika etiska perspektiv kring reklamens effekt på samhället och det ansvar som olika aktörer har i samband med detta

Innehåll

Kursen kombinerar grundläggande marknadsföring med grafisk design och konceptutveckling både praktiskt och teoretiskt.

Kursen inleder med att introducera området marknadsföring och behandlar därefter

områdets grundläggande terminologi, begrepp och teorier. Bland annat berörs marknadsföringens grundläggande terminologi och dess innebörd, olika praktiska marknadsföringsstrategier och deras eventuella för- och nackdelar. Därutöver behandlas olika modeller inom kommunikation och marknadsföring.

Principerna för kommunikationsplaner berörs där olika typer av kanaler som finns att tillgå i ett marknadsföringssammanhang kombineras och väljs beroende på mål, målgrupp, budskap och budget etc. Skillnaden mellan att marknadsföra tjänster och produkter och att rikta sig till konsumenter eller företag behandlas.

Kursen omfattar även design av en utvald förpackning. Arbetet inleds med att studenten genomför en visuell innehållsanalys och ett researcharbete kring produkten. Detta ligger till grund för designarbetet.

De teoretiska kunskaperna omsätts sedan till viss del praktiskt i de kursmoment som rör koncept- och kampanjutveckling. Här skapar studenten bl.a. kampanjidéer och grafiskt material utifrån en given uppdragsbeskrivning och enkel research.

I samband med detta tränas studenten i att presentera och sälja in kampanjförslag. Bland annat diskuteras användningen av mood boards, dummies och andra hjälpmedel för att visualisera en idé, samt olika perspektiv på pitchprocessen i sig.

I kursen ingår seminariediskussioner kring reklamens effekt på och roll i samhället och det ansvar som olika aktörer (beställare, konsumenter och formgivare) har i samband med detta. Studenten ska, i ett skriftligt reflektionsprotokoll efter diskussionerna, problematisera kring någon aspekt av relationen reklam-samhälle och aktörernas ansvar.

Examinationsformer

- Skriftlig salstentamen (2 hp)
- Inlämningsuppgifter, presentationer och seminarier (4,5 hp)
- Skriftlig inlämning (1 hp)

Arbetsformer

Föreläsningar, grupparbete, workshops och obligatoriska seminarier.

Betyg

Som betygsskala används U, 3, 4, 5.

Skriftlig inlämning U-G.

Slutbetyget på kursen sätts efter en samlad bedömning av examinator.

Förkunskapskrav

Typografi och layout 2, 7,5 hp

Grafisk design och profilering 7,5 hp grundnivå 1 eller motsvarande kunskaper

Övrigt

Bedömningar av respektive prestation sker endast under den tidsperiod som framgår av presenterad studiehandledning.

Summary in English

Knowledge and understanding

Upon completion of the course, the student shall be able to:

- define key concepts used within communication and marketing
- correctly use fundamental terminology within concept- and campaign development
- explain strategies within a marketing context using fundamental communication theories

Competence and skills

Upon completion of the course, the student shall be able to:

- design and justify a basic communication plan and visual marketing materials based upon a given brief and basic research
- implement content analysis to choose a graphic design for chosen packaging
- in speech and in writing present a campaign-concept proposal to an audience

Judgement and approach

Upon completion of the course, the student shall be able to:

- present different ethical perspectives on the possible effects of advertising on society and the responsibilities of clients, consumers and designers in relation to this

Ämnestillhörighet:

Grafisk teknologi



D.nr: HDa 2018/469
Sida 4(4)
GT1049

Ämnesgrupp:

Medieproduktion

Utbildningsområde:

Tekniska området, 100%

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Grafisk teknologi

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. G1F

Fastställd:

Fastställd 2018-03-08

Kursplanen gäller fr.o.m. 2018-05-22