

Kursplan

Reklamprojekt 2 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 2

Promotional campaign project 7.5 Credits*, First Cycle Level 2

Lärandemål

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- identifiera och formulera syftet med en marknadsföringskampanj i dialog med kund
- i grupp och utifrån en given yrkesroll och genomförd planering utforma en ändamålsenlig marknadsföringskampanj inom givna budget- och tidsramar grundad på genomförd research och iterativ designprocess
- muntligen och skriftligen redogöra för, diskutera respektive motivera en kampanjs utformning i dialog med kund och målgrupp
- ge adekvat återkoppling på andra personers kampanjförslag utifrån egna erfarenheter.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- föra en dialog kring den grafiska designhistorien
- utvärdera arbetsprocessen och kampanjförslaget för att framhäva styrkor och svagheter
- identifiera sitt eget behov av ytterligare kompetens.

Innehåll

Kursen omsätter och samlar de teoretiska och praktiska kunskaper som studenten förvärvat i tidigare kurser i ett större reklamprojekt: en marknadsföringskampanj. I kursen diskuteras kundrelationer, projektplanering, budgetering och strategier för att precisera uppdragsbeskrivningar.

Studenten tränas att med snäva tids- och budgetramar utforma kampanjmaterial och koncept som uppfyller given uppdragsbeskrivning.

Studenten tränas även att i dialog med kund precisera syftet och förutsättningarna för

kampanjen, och utifrån egen research utforma kampanjen och dess material. Iterativ designprocess används för att utvärdera och förbättra kampanjens innehåll genom dialog med kampanjens målgrupp.

Processen som leder fram till och motiverar kampanjens utformning (precisering av uppdraget, kartläggning av orsaker till problemet som kampanjen ämnar lösa, research kring målgruppen, utvärdering etc.) presenteras skriftligen i en formell rapport tillsammans med en utvärdering av projektet.

Dessutom författar studenten en fullständig beskrivning av kampanjen som direkt riktar sig till uppdragsgivaren med syfte att sälja in idén. Här tränas studenten även att författa en s.k. executive summary i dialog med personer utan specialkunskaper i området.

Kampanjförslaget redovisas även muntligen inför publik där även opponering sker.

Löpande under kursen tränas studentens förmåga att i reflektionsprotokoll reflektera över den egna arbetsinsatsen, arbetsrollen och behov av ytterligare kompetens inför framtiden. Studenten tränas också att ge återkoppling på andra personers kampanjförslag med utgångspunkt i egna erfarenheter.

Studenten får även en inblick i den grafiska designhistorien.

Examinationsformer

- Inlämningsuppgifter och konceptpresentation med återkoppling (6,5 hp): mål 1, 2, 3, 4 och 5
- Individuella reflektionsprotokoll (1 hp): mål 6 och 7

Arbetsformer

Föreläsningar, seminarer och självständigt arbete.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

Individuella reflektionsprotokoll: U-G.

Slutbetyget på kursen sätts efter en samlad bedömning av examinator.

Förkunskapskrav

Prepress, 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 2, eller motsvarande kunskaper

Trycksaksproduktion, 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 2 eller motsvarande kunskaper

Bildbehandling, 7,5 hp, grundnivå 2 eller motsvarande kunskaper

Reklamprojekt I, 7,5 hp grundnivå 1 eller motsvarande kunskaper

Övrigt

Bedömningar av respektive prestation sker endast under den tidsperiod som framgår av presenterad studiehandledning. Vid betyget U på någon av prestationerna i kursen efter denna tidsperiod, hänvisas den studerande till nästa kurstillfälle.

Summary in English

Competence and skills

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

- identify and formulate the aim of a marketing campaign in dialogue with the client
- in a group, and on the basis of his or her assigned working role and project planning, design an appropriate marketing campaign within predetermined budget limitations and a predetermined timeframe from conducted research and the iterative design process
- discuss and justify, both orally and in written form, the design of a campaign in dialogue with the client and target audience
- give adequate feedback on other people's campaign proposals from his or her own experiences.

Judgement and approach

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

- discuss the graphic design history
- evaluate the work process and the campaign proposal in order to present strengths and weaknesses
- identify his or her need for further knowledge.

Ämnestillhörighet:

Grafisk teknologi

Ämnesgrupp:

Medieproduktion

Utbildningsområde:

Tekniska området, 100%



D.nr: Du Ku 2015/226
Sida 4(4)
GT2045

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Grafisk teknologi

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. G2F

Fastställd:

Fastställd 2015-05-21

Kursplanen gäller fr.o.m. 2015-08-07