

## Varumärke och värdeskapande

Brands and Value Creation

6 hp

Programkurs

TEAE15

Gäller från: 2022 VT

<b>Fastställd av</b>	<b>Huvudområde</b>	
Programnämnden för data- och medieteknik, DM	Grafisk design och kommunikation	
<b>Fastställandedatum</b>	<b>Utbildningsnivå</b>	<b>Fördjupningsnivå</b>
2021-09-01	Grundnivå	G1X
<b>Reviderad av</b>	<b>Utbildningsområde</b>	
	Samhällsvetenskapliga området	
<b>Revideringsdatum</b>	<b>Ämnesgrupp</b>	
	Medie- och kommunikationsvetenskap	
<b>Gavs första gången</b>	<b>Gavs sista gången</b>	
VT 2018		
<b>Institution</b>	<b>Ersätts av</b>	
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling		

## Särskild information

Får ej ingå i examen tillsammans med TNGD22.

## Kursen ges för

- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation

## Rekommenderade förkunskaper

Marknadskommunikation och analys

## Lärandemål

Kursens syfte är att ge kunskaper om betydelse, innehåll och utformning av samt strategi för varumärken så att värde skapas för såväl målgrupp som varumärkesägare.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna följande:

- Lista och definiera olika teorier, modeller och begrepp inom varumärkesområdet samt relatera dessa till en varumärkesägares strategi och värdeskapande
- Förklara hur ett varumärke byggs upp, vårdas, utvecklas och eventuellt avvecklas
- Kritiskt bearbeta ett existerande varumärke genom att tillämpa ovan nämnda kunskaper, och därefter utarbeta slutsatser samt försvara rekommendationer för varumärket
- Muntligt och skriftligt redovisa utvärderingen enligt föregående punkt så att grundläggande färdigheter i fallstudieansats visas
- Beskriva och förklara hur dragna slutsatser och givna rekommendationer omsätts till såväl brief som pitch samt tillämpa detta praktiskt
- Ge exempel på etiska överväganden inom varumärkesledning och tillämpa grundläggande etiska förhållningssätt i ovan nämnda muntliga och skriftliga presentationer

## Kursinnehåll

- Varumärkest teori, inkl. tillhörande integrerad marknadskommunikation
- Ledning av varumärken
- Analys av varumärke
- Vetenskapligt skrivande
- Från brief till pitch utifrån gjord varumärkesanalys

## Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen är organiserad i föreläsningar, seminarier och inlämningsuppgifter.

## Examination

PRA3	Projektuppgift	3.5 hp	U, G
PRA4	Muntlig och skriftlig redovisning av pitch	0.5 hp	U, G
DIK1	Digital kontrollskrivning i sal, litteratur	2 hp	U, 3, 4, 5
UPG1	Frivillig inlämningsuppgift för högre betyg	0 hp	U, G

Vissa kursmoment har obligatorisk närvaro.

Student som har godkänts (erhållit minst betyg 3) på DIK1 får examineras flera gånger i syfte att höja sitt betyg (s.k. plussning) men begränsat till den termin studenten först godkändes på DIK1.

Inlämning av slutredovisningen för PRA3 efter för redovisningssättet angivet datum medför med automatik U för PRA3 om inte ett av examinator godtagbart skäl tillställs examinator i skrift senast aktuell inlämningstidpunkt.

DIK1 fastställer slutbetyg på kursen med tillägg att godkänd PRA3, PRA4 och UPG1 ger betyg 4 på kursen även vid betyg 3 på DIK1.

## Betygsskala

Fyrgradig skala, LiU, U, 3, 4, 5

## Övrig information

### Påbyggnadskurser

Market awareness in international cross-media design and production,  
Projektkurser i programmet.

### Om undervisnings- och examinationsspråk

Undervisningsspråk visas på respektive kurstillfälle på fliken "Översikt".  
Examinationsspråk relaterar till undervisningsspråk enligt nedan:

- Om undervisningsspråk är "Svenska" kan kursen ges i sin helhet på svenska eller delvis på engelska. Examinationsspråk är svenska, men delar av examinationen kan ske på engelska.
- Om undervisningsspråk är Engelska ges kursen i sin helhet på engelska. Examinationsspråk är engelska.
- Om undervisningsspråk är "Svenska/Engelska" ges kursen i sin helhet på engelska om studenter utan tidigare kunskap i svenska språket deltar. Examinationsspråk följer undervisningsspråk.

### Övrigt

Kursen bedrivs på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

Planering och genomförande av kurs skall utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ingår i kursen skall därför genomföras med kursplanen som utgångspunkt.

Om det föreligger synnerliga skäl får rektor i särskilt beslut ange förutsättningarna för, och delegera rätten att besluta om, tillfälliga avsteg från denna kursplan.