

Varumärke och värdeskapande

Brands and Value Creation
6 hp

Programkurs

TEAE15

Gäller från: 2025 VT

Fastställd av	Huvudområde	
Programnämnden för data- och medieteknik, DM	Grafisk design och kommunikation	
Fastställandedatum	Utbildningsnivå	Fördjupningsnivå
2024-08-28	Grundnivå	G1F
Reviderad av	Utbildningsområde	
	Samhällsvetenskapliga området	
Revideringsdatum	Ämnesgrupp	
	Medie- och kommunikationsvetenskap	
Gavs första gången	Gavs sista gången	
VT 2018		
Institution	Ersätts av	
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 nytt och ett existerande varumärke genom att tillämpa ovan nämnda kunskaper
- Beskriva och förklara hur dragna slutsatser och givna rekommendationer omsätts till såväl brief som pitch
- Ge exempel på etiska överväganden inom varumärkesledning och tillämpa grundläggande etiska förhållningssätt i ovan nämnda färdigheter och förmågor.

Kursinnehåll

- Varumärkesteorier, inkl. tillhörande integrerad marknadskommunikation
- Ledning av varumärken
- Metoder för analys av varumärke
- Från brief till pitch utifrån en färdig varumärkesanalys

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen är organiserad i föreläsningar och seminarier.

Förberedelse för föreläsningar och seminarier rekommenderas.

Examination

DIT1 Digital salstentamen 6 hp U, 3, 4, 5

Betyg på delmoment/modul beslutas i enlighet med de bedömningskriterier som presenteras vid kursstart.

Betygsskala

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

Övrig information

Påbyggnadskurser

Marknadsmedvetenhet i internationell kommunikation, 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 likvärdiga villkor råder med avseende på kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.

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

Kursen är campusförlagd på den ort som anges för kurstillfället om inget annat anges under "Undervisnings – och arbetsformer". I en campusförlagd kurs kan dock enstaka moment på distans ingå.