

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 kundbrief
- 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 en färdig varumärkesanalys till kundbrief

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen är organiserad i föreläsningar och seminarier.

Förberedelse för föreläsningar och seminarier rekommenderas.

