

# Marknadskommunikativt designprojekt

Programkurs

8 hp

Market Communicative Design Project

TNGD45

Gäller från: 2020 VT

**Fastställd av**

Programnämnden för data- och  
medieteknik, DM

**Fastställandedatum**

2019-09-23

## Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Fördjupningsnivå

G1X

## Kursen ges för

- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation

## Särskild information

Får ej ingå i examen tillsammans med TNGD24.

## Rekommenderade förkunskaper

Främst programmets tidigare kurser i design, produktion och informationsdesign.

## Lärandemål

Kursens syfte är att ge en teoretisk och praktisk kunskap om att driva kommunikationsprojekt från idé till färdigt resultat med externa uppdragsgivare, samt en grundläggande kunskap om gruppdynamik och den egna rollen i en grupp. Efter genomgången kurs skall studenten kunna följande:

- Förklara processen från idé till färdig artefakt för olika mediekanaler såväl kommunikativt som tekniskt
- Producera kommunikativt och tekniskt färdiga artefakter för olika mediekanaler
- Beskriva skillnaderna mellan empiriska metoder för forskning och praktisk design.
- Beskriva för olika faser i en grupps utveckling
- Skriva om sin egen roll i en arbetsgrupp

## Kursinnehåll

Gruppdynamik, Marknadsanalys, Mediaplanering, Mediedesign och -produktion.

## Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen är organiserad i föreläsningar, lektioner, Workshops, projekthandledning, seminarier och inlämningsuppgifter.

Kursen pågår under en av terminens två perioder.

## Examination

PRA1	Projekt	4 hp	U, G
UPG3	Mediaplanering och kanalval	1 hp	U, G
UPG2	Gruppdynamik	2 hp	U, G
UPG1	Behovsanalys, planering	1 hp	U, G

På kursen ges betyg Underkänd/Godkänd.

## Betygsskala

Tvågradig skala, äldre version, U, G

## Övrig information

### Om undervisnings- och examinationsspråk

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

- Om undervisningsspråk är Svenska ges kursen i sin helhet eller till stora delar på svenska. Observera att även om undervisningsspråk är svenska kan delar av kursen ges på engelska. Examinationsspråk är svenska.
- Om undervisningsspråk är Svenska/Engelska kan kursen i sin helhet ges på engelska vid behov. Examinationsspråk är svenska eller engelska.
- Om undervisningsspråk är Engelska ges kursen i sin helhet på engelska. Examinationsspråk är engelska.

### 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.

## Institution

Institutionen för teknik och naturvetenskap

## Studierektor eller motsvarande

Camilla Forsell

## Examinator

Tomas Törnqvist

## Undervisningstid

Preliminär schemalagd tid: 64 h

Rekommenderad självstudietid: 149 h

## Kurslitteratur

### Böcker

A. Wheeler, (2018) *Designing Brand Identity* Fifth edition Wiley

K. Burtenshaw, N. Mahone & C. Barfoot. , (2006/2011) *The fundamentals of Creative Advertising* AVA Publishing

Keller, Kevin Lane, Swaminathan, Vanitha, (2020) *Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity*. Fifth edition, Global edition

Harlow : Pearson, 2020

ISBN: 9781292314969, 1292314966

### Övrigt

Meddelas senast två veckor före kursstart.