Hanzehogeschool Groningen
University of Applied Sciences

Vak: Branding & Merkstrategie — credits: 5

Vakcode	CMVB22KEUBM
Naam	Branding & Merkstrategie
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	A.H.A. Greijdanus

Werkvormen	Gastcollege Hoorcollege Opdracht Practicum / Training
Toetsen	Branding & Merkstrategie - Overige toetsing

Leeruitkomsten

-
- Je conceptualiseert en visualiseert een merk met diverse digitale (interactieve) media uitingen en touchpoints op basis van eerder vastgestelde merkwaarden en merkstrategie.
- Je gebruikt passende ontwerptools en prototypingtools bij het concretiseren van de diverse media uitingen en brand touchpoints. Er wordt een (deels) werkend prototype voor een touchpoint naar keuze opgeleverd.
- Je presenteert het ontwikkelde merk op overtuigende en visueel aantrekkelijke wijze, waarbij de student zijn of haar keuzes helder communiceert en onderbouwt vanuit het aangeboden theoretisch kader.
- Je beschrijft in een bijlage van de brand guide de sterktes en zwaktes van het ontwikkelde merk en of de touchpoints, neemt daarin een plan op met concrete verbeterpunten en geeft kort aan waar hij of zij meer over zou willen leren.
- Je betrekt de voor het merk relevante doelgroep en andere stakeholders bij de ontwikkeling van het merk en gebruikt opgedane inzichten in het ontwerpproces.
- Je gebruikt nieuwe inzichten uit de markt, maatschappij voor de ontwikkeling van het merk en/of hanteert nieuwe technologische mogelijkheden en kanalen in de concretisering van de touchpoints.

Inhoud

In het keuzevak Branding & Strategy leer je als student hoe merken voor bedrijven, producten en diensten worden ontwikkeld en wat hier allemaal bij komt kijken (denk aan wereldmerken als Apple, iPhone, Google of Coca Cola, maar ook aan Nederlandse helden zoals VanMoof, Coolblue of Tikkie). Hierbij wordt niet alleen aandacht besteed aan vorm en kleur, maar ook aan identiteit, strategie en psychologie. Je leert over merkontwikkeling, merkbeleving en merkloyaliteit. Je wordt als student bewust op welke manier vormgeving, communicatie en strategische keuzes kunnen bijdragen aan
het creëren van merkmeerwaarde. Door theoretische kennis toe te passen in praktische workshops leer je hoe je ontwerpkeuzes consistent kunt laten aansluiten op eerder vastgestelde merkwaarden, strategische doelstellingen en visie.

OPDRACHT

De eindopdracht is exploratief van aard, waarin je een merk ontwikkelt voor een object, ding, abstractie of concept dat normaal gesproken niet wordt gebrand (denk aan alpenlucht, een baksteen, een volkslied, vrije tijd, de kleur geel of wat je ook maar kunt bedenken). De eindopdracht wordt individueel getoetst en bestaat uit een presentatie en een brandbook.

- Presentatie - Het merk en de visuele identiteit hiervoor dient ondersteund te worden vanuit het theoretisch kader met behulp van een verbale en tekstuele onderbouwing. Het merk vertaal je door in diverse multimediale touchpoints (verpakking, poster, website, app etc) en uitingen voor mediakanalen (banner, social media post, YouTube reclame, meme, etc). Je merk, strategische positionering, merkwaarden en de diverse bijbehorende touchpoints presenteer je in week 8.
-
- Brandbook - Daarnaast leg je richtlijnen voor het gebruik van dit merk voor diverse multimediale touchpoints vast in een brandbook (statische pdf of interactieve oplossing). In dit brandbook dien je in ieder geval richtlijnen voor de volgende onderdelen op te nemen: De visuele merkelementen (logo, typografie, fotografie, kleurgebruik etc), tone of voice, gebruik van passende social media kanalen, guidelines voor interactieve elementen van digitale touchpoints (design systems).

Opgenomen in opleiding(en)

Communication & Multimedia Design

School(s)

Instituut voor Communicatie, Media & IT

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.