Vak: Branding & Merkstrategie — credits: 5

Vakcode	CMVB22KEUBM
Naam	Branding & Merkstrategie
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	I. Kooistra
Werkvormen	Practicum / Training
Toetsen	Branding & Merkstrategie - Overige toetsing

Leeruitkomsten

A) Je betrekt de voor het merk relevante doelgroep en stakeholders bij de ontwikkeling van het merk en gebruikt deze inzichten in je ontwerpproces.

B) Je conceptualiseert en visualiseert een merk met diverse digitale (interactieve) media-uitingen en touchpoints op basis van merkwaarden en merkstrategie.

C) Je gebruikt passende ontwerptools en prototypingtools bij het maken van de diverse media-uitingen en brand touchpoints. En je presenteert het ontwikkelde merk op overtuigende en visueel aantrekkelijke wijze, je communiceert helder en onderbouwt je presentatie vanuit het theoretisch kader.

H) Je bent een reflecterende junior professional, die met behulp van een eigen merk naar de mogelijkheden voor persoonlijke ontwikkeling zoekt. Je laat aantoonbaar betrokkenheid zien bij je eigen merk en je streeft ernaar om een impactvolle ontwerpoplossing te creëren.

Inhoud

In het keuzevak Branding & Brandstrategy leer je hoe merken voor bedrijven, producten en diensten worden ontwikkeld en wat hier allemaal bij komt kijken. Denk aan merken als Apple en Coca Cola of Nederlandse helden zoals VanMoof, Coolblue). 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 gaat aan de slag met vormgeving, communicatie en bedenkt strategische keuzes die bijdragen aan het creëren van merkmeerwaarde. De theoretische kennis pas je toe in praktische workshops. Je leert je hoe je ontwerpkeuzes consistent laat aansluiten op eerder merkwaarden, strategische doelstellingen en visie.

Opdracht

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

1. Presentatie

Jouw merk en de visuele identiteit hiervan wordt ondersteund vanuit het theoretisch kader, zowel in woord en beeld. Het merk bestaat uit diverse multimediale touchpoints (verpakking, poster, website, app etc) en uitingen voor mediakanalen (banner, social media post, YouTube reclame, meme, etc). Je presenteert je merk, strategische positionering, merkwaarden en de touchpoints en uitingen.

2. Brandbook

Je legt richtlijnen voor het gebruik van jouw merk vast in een brandbook (statische pdf of interactieve oplossing). Jouw brandbook bestaat in ieder geval uit de volgende onderdelen: 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.