



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

MRK 2602 Visuell kommunikasjon og design

Studium

Bachelorstudiet i entreprenørskap (3. år), Bachelorstudiet i kultur og ledelse (3. år)

Kursansvarlig

Birgit H Jevnaker

Institutt

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Kurset introduserer studentene til visuell kommunikasjon og designbasert utviklingsarbeid. Design dreier seg her om en visuell og karakterskapende prosjektering av en tjeneste/kulturprodukt, samt det å designe "pakken" rundt som kan bidra til å bygge et utvidet produkt og en annerledes og bedre brukeropplevelse. Det å medvirke til kreativ design og en god brukerorientering krever ny kompetanse for å kunne utforske og utnytte mulighetene til en verdiskapende bruk av design i utviklingsteam, og videre i markedet og i formidlingen av prosjekt og tjenester.

Kurset gir en innføring i designtenking, identitetsprinsipper og kreativ vurdering av en rekke flerfaglige aspekter ved visuell design og designledelse som kan bidra til nyskaping, verdi og opplevelse. Dette bidraget finner sted gjennom en rekke designaktiviteter for å skape f.eks. en gjenkjennelig og god identitetsprofil, en særpregt "merkevare" eller andre egnede visuelt-estetiske uttrykk som kan signalisere den aktuelle tjeneste, kulturprodukt eller begivenhet til potensielle brukere i attraktive presentasjons- og opplevelsesmiljø.

Vi drøfter også ledelsesutfordringer og designs innovative rolle som er i forandring med digitale medier og en ny tverrfaglighet med behov for gjentatt skaping og medskaping med andre. Prosjektlederen, mellomlederen, markedsføreren og kulturprodusenten mfl. står overfor utfordringen med både å nyskape, binde sammen og opprettholde eller evt. avvike kultur- og forretningsprosjekt på en god måte.

Mål

Å gi studentene en grunnleggende innføring og forståelse av designutvikling og visuell kommunikasjon i tjenester, produkter og opplevelsesbaserte tilbud. Gjennom prosjektarbeid øves studentene i integrering av relevant kunnskap og praksisforståelse gjennom designorienterte oppgaver i samband med utvikling av kreative prosjekt (se under). Målet er å forberede studentene til å forstå potensial og kunne gjøre bruk av kreative designtilnærminger i ledelse, kultur- og markedsføringsøyemed og fornyelsesprosjekt. Videre gi studentene grunnlag for å fungere tverrfaglig konstruktivt i samarbeid med andre personer, funksjoner og faggrupper involvert i visuell kommunikasjon og fornyelse av organiserte tilbud.

Forkunnskaper

Det kreves ingen spesielle forkunnskaper for kurset utover det som kreves for å studere på det aktuelle bachelornivået.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bergstrøm, Bo. 2008. Essentials of Visual Communication. London: Laurence King Publishers
Rybakken, Bjørn. 2004. Visuell identitet. (evt. ny utg.). Oslo: Astrakt forlag

Artikkelsamling:

Jevnaker, Birgit H. 2007 (check if new ed.). Design, nyskaping og visuell kommunikasjon - en artikkelsamling. Oslo: Handelshøyskolen BI. Informasjon om artikkelsamling/artikler gis ved kursstart. Merk at evt utdelte artikler normalt er obl. pensum

Anbefalt litteratur

Bøker:

Mollerup, Per. Marks of excellence. 1998. London: Phaidon. Anbefalt.

Annet:

Anbefalt litteratur opplyses ved kursstart.

Emneoversikt

Kurset tar bl.a. opp disse emnene:

- Introduksjon til hovedblokker, tilnærminger og begreper
 - Forståelse av design, visuell kultur, skaping og kommunikasjon
 - Design og konstruering av noe nytt: innovasjonstilnærminger
 - Tverrfaglig skaping, samspill mellom designere og organisasjoners markedsførere: to kulturer? Typologi for designrelatert "grensearbeid".
 - Design og konstruering av identitet: identitetsformer og prinsipper
 - Visuell kommunikasjon, grafisk design og betydningen av tegn
 - Navigering eller finne nye veier i en visuell kultur: Intensjoner og støy
 - Design og merkevarebygging - nye og alternative tilnærminger
 - Ledelse og samordning av visuell profil: Designprogram og pådrivere for designbasert nyskaping.
 - Design og visuell kommunikasjon som strategisk ledd i kontinuerlig fornyelse og innovasjon
- Detaljert kursoversikt utdeles ved kursstart.

Dataverktøy

Vanlig internettbaserte. Dataverktøy utover vanlig internettbaserte benyttes ikke i dette kurset om ikke annen beskjed gis ved kursstart.

Gjennomføring

Kurset består av 36 kurstimer. Gjennomføringen av kurset kan skje i samarbeid med kurset Ledelse av kreative prosjekter. Det innebærer da et felles opplegg på forelesningssiden og eksamenssiden, som det vil informeres detaljert om i forelesningsdisposisjonen. Kurset består av forelesninger, gjesteforelesninger, besøk ved andre institusjoner, samarbeid med eksterne aktører, presentasjon av prosjektoppgaver og diskusjoner. Pga til dels prosessorientert og visuelt illustrert case undervisning forventes at studentene er tilstede og deltar aktivt på forelesningene som starter vanligvis primo januar (arrangeres ofte intensivt). Det forventes videre at studentene samtidig deltar aktivt i gruppearbeid med prosjektoppgaven under hele perioden kurset varer. Det siste omfatter forberedte presentasjoner av eget og gruppens arbeid.

Hvis kurset tilbys som enkeltstående kurs, utgår krav om samarbeid med andre kurs og eksterne aktører.

Eksamen

40 % av karakteren er basert på individuelle prestasjoner som tar utgangspunkt i gruppearbeid med en konkret prosjektoppgave. Se nedenfor for beskrivelse av prosjektoppgaven. De individuelle prestasjonene vil inkludere flere av disse elementene; 1) presentasjon av utvalgte delperspektiv med fremskaffelse og refleksjon over relevant design-orientert case og lærestoff til å belyse dette, 2) konstruktiv opposisjon til andre gruppers prosjektoppgave, 3) redegjørelse for individuelt bidrag til gruppearbeidet, og 4) aktiv deltakelse i forelesningene. Detaljer gis ved kursstart.

60 % av karakteren er basert på en prosjektoppgave som starter i begynnelsen av semesteret og med innlevering tidlig i semesteret.

Prosjektoppgaven utføres av grupper på inntil 4 studenter fra BI, der detaljert opplegg med hensyn til sammensetning og faser i gruppearbeidet gis ved kursstart. Gruppene vil bli pålagt samarbeid med studenter fra ekstern utdanningsinstitusjon (såfremt slikt samarbeid er lagt opp til ved kursavviklingen).

Både den muntlige og den skriftlige delen må gjennomføres med bestått (karakter E eller bedre) for å kunne oppnå endelig karakter i kurset.

Eksamenskode(r)

MRK 26021 - Prosesseksamen som teller 100% i kurset MRK 2602 Visuell kommunikasjon og design - 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.

