**Projektbeskrivelse – Tema 1**

|  |  |
| --- | --- |
| Branding – Foråret 2022 | |
| **Studie** | Multimediedesign |
| **Semester** | 2 |
| **Hold** | dkmmd21a2, dkmmd21b2 |
| **Ansvarlig(e) underviser(e)** | Hanne Skov Bertelsen ( [hsbe@iba.dk](mailto:hsbe@iba.dk) )  Laila Nadine Villadsen Kjær ( [lnvk@iba.dk](mailto:lnvk@iba.dk) )  Luise Lind Steenholt ( [llst@iba.dk](mailto:llst@iba.dk) )  Morten Jul Petersen ( [mojp@iba.dk](mailto:mojp@iba.dk) )  Nicolas Kouroumtzis ( [niko@iba.dk](mailto:niko@iba.dk) )  Rikke Domino Isaksen ( [rdis@iba.dk](mailto:rdis@iba.dk) ) |
| **Afviklingsperiode** | 24/1 2022 – 1/4 2022 |
| **Afleveringsform og -tidspunkt** | Deadline for aflevering **28/3 2022 kl. 12 via Wiseflow** |
| **Sprog** | Dansk |
| **Tilgængelige materialer** | Al undervisningsmateriale på Canvas |
| **Fag involveret i projektet** | Multimedieproduktion 2   * Design og programmering af digitale brugergrænseflader 2 * Design og programmering af digitalt indhold 2 |
| **Bedømmelse og feedback** | Projektet udgør del 1 (ud af 3) af den samlede eksamensportefølje på 2. semester.  Projektet bedømmes efter 7-trinsskalaen og vægter 30% i den endelige bedømmelse.  Efter gruppernes præsentationer af deres løsninger på præsentationsdagen, giver de tilstedeværende undervisere feedback på projektet. |
| **Obligatorisk**  **/ konsekvens ved ikke bestået** | Ved overskridelse af deadline, gives karakteren -3 for projektet.  Hvis den vægtede sum af de 3 delelementer, der udgør den samlede eksamensportefølje på 2. semester, er under 2, dumper den studerende sin 2. semester eksamen. Sker dette, vil den studerende blive skrevet op til reeksamen i den eller de delelementer, som ikke er bestået. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Individuelt projekt** | Nej |  | **Gruppeprojekt** | Ja |
|  |  | Studerende danner grupperne | Ja |
|  |  | Gruppestørrelse | 3-5 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Projektprogram** | | | |
| **Dato** | **Tidspunkt** | **Sted** | **Aktivitet** |
| 24/1 2022 | 8:20 | Jf. UMS | Semester start og  Projekt kick-off/gruppe dannelse |
| 3/2 | Ifølge tidsplan | 2.03/2.04 | Go-NoGo møder |
| 24/1 2022 – 28/3 2022 |  |  | Undervisning og sideløbende projektarbejde |
| 28/3 2022 – 31/3 2022 |  |  | Præsentationsforberedelse |
| 1/4 2022 | 8:20 – 13:50 | Jf. UMS | Projektpræsentationer og -feedback |

|  |
| --- |
| Projektbeskrivelse: MyMultimedia Inc. |
| *Hvordan arbejder man med branding i en digital kontekst?*  I dette tema kommer I til at arbejde med online branding. Udgangspunktet er en forståelse af brandingbegrebet, og hvordan man kan omforme det til konkrete handlinger online. Det er vigtigt, at du er i stand til at udvikle et kreativt koncept, samt producere visuelle elementer som en del af brandingindsatsen. I dette projekt vil fokus være på web- og mobil-interfaces, web-bannere, SEO og online video.  I grupper skal I udarbejde en kampagne, som skal brande jeres eget multimediebureau. Eftersom I jo er en nystartet virksomhed, kan kampagnen tage udgangspunkt i, hvordan I ser jer selv om et eller to år. Målgruppen kan være potentielle kunder, men det kan også være potentielle investorer.  Baseret på en analyse af den nuværende situation skal I udarbejde et forslag til jeres Value Proposition, brand position og kernefortælling.  I skal udvikle et **visuelt koncept**, som skal bestå af 4 praktiske produktioner:   * 1 responsivt, SEO-optimeret website * 3 animerede webbannere * 1 eller flere videoer * 1 Storformats print f.eks. poster, en roll-up eller infographic   Der skal desuden udarbejdes en designmanual og et communication brief.  Ud over de praktiske produktioner afleveres et paper med bl.a. brand-analyse, value proposition, konceptbeskrivelse og SEO-analyse.  Jeres indledende ideer skal præsenteres ved et **”Go-NoGo møde”.** Her vil det være en fordel at medbringe Communication Brief, tanker om brand position og USP og evt. skitser og moodboards.  **Keywords**  B2B  Brand values  Visuel identitet og logo  Grafisk design  Videoproduktion og animationer  Software-færdigheder  Søgemaskineoptimering (SEO) |

|  |
| --- |
| Læringsmål |
| Fra studieordningen  **Viden**  Den studerende har:   * forståelse for virksomhedens omverden, herunder virksomhedens interessenter og virksomhedens ressourcegrundlag * viden om relevante teorier, værktøjer og metoder til design og programmering af digitale brugeroplevelser og kan med afsæt i praksis redegøre for valg og fravalg af værktøjer og metoder. * viden om i erhvervet anvendte værktøjer og data til optimering af digital medieproduktion * viden om i erhvervet anvendte metoder og teorier til kompleks digital indholdsproduktion * forståelse for anvendte teknologier til lagring og udveksling af data og kan med afsæt i praksis redegøre for valg og fravalg af teknologier * forståelse for sammenhængen mellem anvendte forretningsmodeller og kompleks digital indholdsproduktion   **Færdigheder**  Den studerende kan:   * vurdere og argumentere for det værdiskabende i løsninger til digitale brugergrænseflader * udvælge og argumentere for valg af centrale teorier, værktøjer og metoder til design af komplekse digitale brugergrænseflader * anvende, dokumentere centrale designprocesser i komplekse digitale medieproduktioner samt formidle dem til interessenter fra den digitale mediebranche * vurdere og anvende brugercentreret metode til en digital medieproduktion * anvende centrale værktøjer og data til optimering af digital medieproduktion * anvende og kombinere udtryksformer til design og produktion af digitale brugeroplevelser på udvalgte medieplatforme * vurdere og behandle givet visuelt materiale til at sikre et konsistent udtryk i en digital medieproduktion * anvende centrale teknologier til håndtering og visning af digitalt indhold * anvende centrale teknologier, metoder og formater til udveksling og præsentation af data.   **Kompetencer**  Den studerende kan:   * tilegne sig ny viden og færdigheder inden for programmering og udformning af komplekse brugercentrerede brugergrænseflader. * tilegne sig ny viden, færdigheder og kompetencer inden for design og produktion af komplekst digitalt indhold. |

|  |
| --- |
| Form – Aflevering |
| **Et paper i PDF-format** (maks. 4 sider / 9.600 anslag inkl. mellemrum) indeholdende:   * Problembaggrund * Problemformulering * Valg af B2B målgruppe/segment(er) * Brand-analyse og USP * Value Proposition * Konceptbeskrivelse * SEO-analyse * Litteraturliste (tæller ikke med i de 4 sider)   **Dokumentation (samlet i én zip-komprimeret mappe)**   * Communication brief * Designmanual * De praktiske produktioner:   + Website-filerne (XD HI-FI-prototype + website kodet fra bunden i HTML5, CSS3 (og JavaScript)   + De tre web-bannere   + Videoerne (skal renderes med h.264 eller h.265 codec’s, i mp4 format)   + Storformat print (min. A2) (Pdf + fysisk ved præsentationen)   **Præsentation:**  Hver gruppe skal præsentereprojektets hovedpunkter i en 10 minutters præsentation. |

|  |
| --- |
| Bedømmelseskriterier |
| I forbindelse med bedømmelsen ser vi på følgende områder.  Primært fokus/bliver bedømt med stor vægt i projektet   * Kvaliteten af konceptet og konceptbeskrivelsen I relation til virksomheden og målgruppen * Forbindelsen mellem de praktiske produktioner og dokumentationen af disse (f.eks. designmanualen) * Forbindelsen mellem brand-identitet og de visuelle elementer * Kvaliteten og beskrivelsen af onsite og offsite SEO-analyse og -beslutninger og implementeringen af disse på websitet * Projektets generelle WOW-faktor (f.eks. innovative, modige, overbevisende, mange-lagede elementer – og godt håndværk)   Sekundært fokus/bedømmes med mindre vægt i projektet:   * Hvor tydeligt er virksomheden, dens målgruppe og dens udfordringer beskrevet? * Hvor godt er virksomhedens brandidentitet og kernefortælling analyseret og beskrevet? * Hvor godt er virksomhedens value proposition beskrevet?   Skal indgå i projektet på lødig vis, men kvaliteten af disse elementer indgår ikke direkte I bedømmelsen. Hvis et eller flere af disse elementer er fraværende I afleveringen, kan det dog påvirke den endelige karakter for projektet:   * Hvor klar og relevant er problemformuleringen I relation til den valgte virksomhed og dennes situation? * Er der en forbindelse mellem litteratur/kilder, teori/metode og problemformulering?   **Formalia, hvor mangel medfører, at opgaven afvises uden bedømmelse**   * Overskridelse af deadline for aflevering   **Obs**   * Referencestil: *Coventry University – Harvard Reference Style* * Bilag fungerer alene som dokumentation og indgår ikke i vurderingen af opgaven   Læs også IBAs retningslinjer for projektskrivning, som du finder her: <https://iba.instructure.com/courses/1001/files/230978> |

|  |
| --- |
| Anden info |
|  |