

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Grafisk produktion 3

Tema: Branding och visuell identitet

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll:

I Grafisk produktion 3 ingår följande centrala innehåll: "Utveckling av varumärke och visuell identitet samt hur dessa kommuniceras grafiskt." [Gy 11, Kursplan för Grafisk produktion 3]

Betygskriterier:

Eleven kan skapa och presentera en grafisk identitet för ett varumärke, inklusive logotyp, färgpalett och typsnitt. [Gy, Grafisk produktion 3 –Betyg E]

Lärarledda instruktioner

Introduktion till branding (10 min)

- Förklara vad branding är och dess betydelse för företag och produkter.
- Diskutera hur en stark visuell identitet bidrar till ett varumärkes igenkänning och värde.
- Ge exempel på framgångsrika varumärken med stark visuell identitet.
- Tydliggöra lektionens syfte och vad eleverna kommer att lära sig.

Genomgång av visuella identitetselement (15 min)

- Gå igenom de grundläggande elementen av en visuell identitet: logotyp, färgpalett, typografi och grafiska element.
- Diskutera hur dessa element samverkar för att skapa en konsekvent varumärkesbild.
- Visa exempel på varumärken och analysera deras visuella identiteter.
- Låt eleverna ställa frågor och diskutera sina erfarenheter av olika varumärken.

Praktiskt arbete med varumärkesdesign (15 min)

- Dela ut en uppgift där eleverna ska skapa en visuell identitet för ett fiktivt varumärke, inklusive logotyp och färgpalett.
- Låt dem arbeta individuellt eller i par och ge dem möjlighet att presentera sina designkoncept och förklara sitt val av visuella element.
- Cirkulera i klassrummet för att ge vägledning och feedback under arbetets gång.
- Be några elever att dela sina designkoncept för gemensam diskussion och feedback.

Sammanfattning och avslutning (10 min)

- Sammanfatta de centrala koncept som har behandlats angående branding och visuell identitet.
- Diskutera vikten av en konsekvent visuell identitet för att stärka ett varumärke.
- Presentera kort vad som ska tas upp i nästa lektion.
- Svara på avslutande frågor och ge information om hemuppgifter.

Diskussionsfrågor

- A. Hur tror ni att en stark visuell identitet påverkar kunders uppfattning av ett varumärke?
- B. Vad tycker ni är de största utmaningarna när man skapar en varumärkesidentitet?
- C. Hur kan man använda feedback från andra för att förbättra sin brandingprocess?

Aktivitet

I denna aktivitet får eleverna delta i en gruppdiskussion där de brainstormar kring varumärkesidentitet för olika typer av företag (t.ex. teknologi, kläder, mat). De ska diskutera vilka visuella element som skulle passa bäst för det specifika företaget och varför. Varje grupps idéer presenteras för klassen för vidare reflektion.

Exit-ticket

- Vad menas med visuell identitet?
Visuell identitet består av de grafiska element som representerar ett varumärke, inklusive logotyp, färger och typsnitt.
- Nämn en viss fördel med en stark varumärkesidentitet.
Det ökar varumärkets igenkänning och kan bidra till kundlojalitet.
- Ge ett exempel på hur färger kan påverka varumärkesidentiteten.
Olika färger kan framkalla olika känslor och associationer, till exempel blått kan ge en känsla av pålitlighet.
- Vad är viktigt att tänka på när man skapar en logotyp?
Den bör vara lätt att känna igen, minnesvärd och reflektera företagets värderingar och mål.