



# Disputas: Monika Hestad

**Sivilindustridesigner Monika Hestad**

Prøveforelesning og disputas den 16. desember 2008

**PRØVEFORELESNING: kl. 10.00**

Velkommen.

Introduksjon til dagens program.

*Seremonimester professor dr. Bjørn Sandaker*

Prøveforelesning: Doktorkandidaten foreleser over oppgitt emne.

*Forbruker kontra bruker - i et designperspektiv og i et markedsføringsperspektiv*

Forelesningen skal holdes innenfor 45 minutter.

**PAUSE**

**DOKTORDISPUTAS: Kl. 12.00 og utover ettermiddagen**

Innledning til disputasen.

*Seremonimester professor dr. Bjørn Sandaker*

Doktorkandidaten presenterer avhandlingen (maks. 30 minutter).

[Den kommersielle formen. Merkevarer konteksten som utfordring for industridesignernes behandling av form](#)

Førsteopponent  
*Dr. Trygve Ask disputerer med doktoranden*

**PAUSE 30 MIN.**

Spørsmål *ex auditorio* \*

Annenopponent  
*Dr. Lena Hansson disputerer med doktoranden*

Avslutning av dagens program  
*Seremonimester professor dr. Bjørn Sandaker*

Bedømmelseskomiteen består av:  
Dr. Trygve Ask, Teknologisk Institutt; Dr. Lena Hansson, Handelshøgskolan ved Göteborgs Universitet; Førsteamanuensis Dr. Ole Lund, Høgskolen i Gjøvik

*\* Spørsmål skal meldes skriftlig til seremonimester i løpet av pausen.*

Om avhandlingen:

**Den kommersielle formen**  
*- merkevarekonteksten som utfordring  
for industridesignernes behandling av form*

I denne avhandlingen utforskes hvilken rolle produktets form har i å styrke en merkevare. Avhandlingen bygger på en påstand om at produktets form er en uutnyttet ressurs i merkevaresammenheng, og at både bedrifter og designere vil ha nytte av bedre kjennskap til design- og merkevareprosessene.

Avhandlingen drøfter først teorier innenfor fagområdene design og merkevarebygging, for å utforske hvilke krav som stilles til produktets utforming. Deretter utforskes temaet i tre kasi: barnevognen Stokke Xplory, flaskevannet Imsdal og tannbørstene Jordan Go! og Jordan Individual. De tre kassustudiene er ulike eksempler hvor produktets form brukes direkte i å styrke merkevarene.

Studien drøfter problemstillingens relevans for strategisk nivå innen teori og praksis. Dette for å se hvilke implikasjoner merkevarekonteksten har for industridesignernes behandling av form. Studien går også inn på det taktiske nivået, for å gi industridesignere og bedrifter verktøy for å forstå formens relasjon til merkevaren. Avhandlingen må sees på som en begynnelse av en lengre debatt om designernes rolle i merkevarebygging.

*Monika Hestad (f. 1977) er utdannet sivilindustridesigner fra Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo (AHO) i 2002. Fra 2006 til 2008 har Hestad vært stipendiat ved Institutt for industrideSIGN, AHO. Hun har deltatt med artikler på konferanser i Newcastle og Paris, i det norske forskernettverket DesignDialog og i det nordiske forskernettverket Nordcode. Hestad har undervist i produktets rolle i merkevarebygging ved AHO, og holdt gjesteforelesinger over samme tema ved andre institusjoner. Hun har drevet et selvstendig designfirma siden 2001. Monika Hestad har politisk erfaring som internasjonalt ansvarlig i Norsk studentunion (2001-02), og var medlem av det regjeringsoppnevnte utvalget som utarbeidet NOU 2003:25 - "Ny lov om universiteter og høyskoler".*

- Dato: 16.12.2008
- Tid: 10:00 - 16:00 2008
- Sted: Store Auditorium