

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Journalistuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efterår 2019

JES – Journalistisk EntrepreneurShip, et projektforløb

8. semester

Varighed: 8 uger (15 ects)

Formål

Forløbet skal kvalificere de studerende til at kunne udvikle faget og dermed deres egen faglighed. Det sker ved, at de selvstændigt i grupper skal få ideen til, udvikle og delvist realisere et nytænkende journalistisk/kommunikationsfagligt koncept. Det kan både være et nyt produkt og videre-udvikling af eksisterende produkter.

Temaer i undervisningen

- Projektstyring – teori om og metoder til at styre et udviklingsprojekt.
- Konzeptudvikling – teori om og metoder til at udvikle koncepter med stor bevidsthed om målgrupper.
- Markedsanalyse – teori om og metoder til på overordnet niveau at afdække markeds- og konkurrence-situationen.
- Hvordan arbejde innovativt og udvikle ideer?

Metoder

Forelæsninger, gruppearbejde, selvstændigt arbejde, selvlæsning, vejledning og feedback.

Efter forløbet skal den studerende kende

- projektstyringsværktøjer.
- konzeptudviklingsværktøjer

kunne

- få en original ide med henblik på praksis.
- kvalificere og skærpe ideen gennem vidensindsamling og analyse.
- foretage målgruppeanalyse, herunder arbejde med kvalitative metoder
- afdække den relevante markedssituation på overordnet niveau.
- beskrive og formidle et koncepts elementer
- realisere del-elementer af et journalistisk/kommunikationsfagligt produkt, der er nøje afstemt til konceptet.

Litteratur

Litteratur og links, der er obligatorisk læsning:

Findes der en formel for innovation?

Lotte Darsø, ph.d., Børsen Ledelseshåndbøger, (2003): "En formel for innovation?"

- kapitel på 12 sider om bl. a. prejekt og projekt. De første syv er pensum - resten er til inspiration

What Makes Entrepreneurs Entrepreneurial?

Saras D. Sarasvathy, artiklen ligger frit på <http://www.effectuation.org>, udgivet 2001.

- hvad er det næste, bedste skridt, vi kan tage? Indføring i at tænke anderledes, når man skal udvikle nyt

Spørg hvorfor

Ida Borch og Louise Harder Fischer, Teknisk Forlag, 2012.

- praktisk og konkret indføring i arbejdet med at forstå din målgruppe. Kan købes i receptionen.

Business Model Canvas (Forretningsmodel-lærredet)

Business Model Generation af Alexander Osterwalder og Yves Pigneur, Wiley&Sons, 2010, p. 26-37 & p. 50

- sætter rammen og sikrer, at vi under udviklingsarbejdet snakker om det samme ved hjælp af ni byggesten

Empathy Map

Business Model Generation af Alexander Osterwalder og Yves Pigneur, Wiley&Sons, 2010, p. 128-131

- god metode til de første skridt, når du vil forstå lidt mere end de demografiske kendetegn ved din (måske) kommende målgruppe

Empathy Map - video

Her link til en kort video-forklaring af Jeanel King. Den er på godt seks minutter. Nogle mener den er meget amerikansk, og at det er generende - hovedsagen er at den giver en meget god og hurtig forklaring.

Pretotyping - begynd med at fejle!

Alberto Savoia, Pretotype it, 2nd edition, www.pretotype.org, 2011

Gratis e-bog, der kan inspirere til at gøre nogle forsøg/lave nogle fejl, som I kan lære af.

Specielt kapitel fire er væsentlig, hvor Savoia gennemgår flere metoder. Men læs også de første tre kapitler, for at forstå tankegangen.

Mere inspiration her <http://www.pretotyping.org/>

Det kvalitative interview

Fahrman & Albæk, 2016

- kort artikel om at arbejde med det kvalitative interview og lidt om kondensering på baggrund af Steinar Kvaales Interview, Hans Reitzels Forlag, Kbh. 1997

Blue ocean strategy

W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Akademisk Forlag Business, 2015 (uddrag).

- introduktion til at finde en niche, eller en plads på markedet, som andre endnu ikke har opdaget

Kombiner Canvas og Blue Ocean Strategy

Business Model Generation af Alexander Osterwalder og Yves Pigneur, Wiley&Sons, 2010, p. 232-234 & p. 237

- nye vinkler og nye måder at stille spørgsmål til din egen forretningsmodel

Roller og samarbejde

To artikler fra Marianne Hansen (Update) om at arbejde i team/grupper og om den enkeltes roller i den forbindelse. Artiklerne er skrevet med ledere i mediebranchen for øje, men I kan sagtens bruge dem til at forholde jer reflektivt til jeres gruppearbejde - også gode, når I skal afrapportere i refleksionsrapporten

Møde- og deltagelsespligt

Der er mødepligt til forelæsninger, workshops og vejledninger i forløbet.

Prøveform

Projektet bedømmes internt efter 7-trins-skalaen. For at bestå skal den studerende have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt til skemalagt undervisning/gruppearbejde.

Studieaktivitetsmodel:

