

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikation, Medieproduktion & Ledelse, Journalistik, Tv- og Medietilrettelæggelse,
Fotojournalistik, Visuel Kommunikation (alle studieretninger)
Fagbeskrivelse
Forår 2018

For Course Description in English, see page 4

Semester: se studieordningen for de respektive uddannelser

Tværfagligt forløb: INNOVATION X18F

Varighed: 3 uger (5 ECTS)

Formål:

På det tværfaglige, innovative forløb får de studerende viden om innovation. Og i forløbets arbejde med en specifik og fagrelevant case opøver de studerende tværfaglige færdigheder og kompetencer i kreative metoder og innovative processer. Undervisningen er tilrettelagt, så der er en vekselvirkning mellem forelæsninger, hvor teori præsenteres, praksisorienteret workshops og projektorienteret arbejde i teams. I workshop og i teamarbejdet anvendes teorien på den konkrete case. Forelæsningerne giver de studerende viden om både fagspecifikke kommunikations-områder og innovationsteori.

Metoder:

Undervisningen er baseret på analoge og digitale oplæg og workshops, der bliver fulgt op med diskussion eller af opgaver med tilknytning til forelæsningsindhold. Forelæsningerne består både af obligatoriske moduler og tilvalgsmoduler. Derudover er der indlagt tid til selvstændigt projektarbejde i grupper hen mod den afsluttende pitch for ekstern partner.

Læringsmål:

De studerende skal efter forløbet kunne:

- Definere og forstå hvad innovation er
- Identificere, beskrive og skabe sammenhænge mellem idé og mulighed
- Arbejde systematisk med idéudvikling og innovation
- Have viden om og kompetencer i at arbejde projektorienteret i teams
- Arbejde med kreativ og innovativ kommunikation
- Kunne udarbejde en innovativ kommunikationsløsning på baggrund af en caseopgave fra en ekstern partner

Litteratur:

Innovation & social innovation

Bendixen, Henrik & Digmann Annemette (2013) "Rigtige spørgsmål skaber innovation", eksempel på innovationsspørgsmål), artikel på lederweb.dk
<http://www.lederweb.dk/Strategi/Innovation/Artikel/99749/Skab-innovation-igennem-de-rigtige-sporgsmaal> (3 sider)

Darsø, Lotte (2003): "Findes der en formel for innovation?":
https://pure.au.dk/ws/files/65/Formel_for_Innovation (12 sider)

Darsø, Lotte (2012): "Dumme spørgsmål skaber innovation" artikel i *DJØF Bladet* nr. 7.
<http://www.djoefbladet.dk/blad/2012/07/dumme-sp-oe-rgsm-aa-l-skaber-innovation.aspx> (3 sider)

Frølich Hougaard, Karsten & Keller Lauritzen, John René (2014): *Sammen om velfærd – bedre løsninger med social innovation*, s. 6-24, Gyldendal, København K. (18 sider)

Holst Kristensen, Klaus; Philipsen, Kristian & Petersen, Pia (2012): *Innovation C*, kap. 4 + 10, Nyt Teknisk Forlag. (36 sider)

Hulgård, Esben; Juul-Olsen, Maja & Hellemann Nielsen, Elof (2016): *Samskabelse og Socialt Entreprenørskab - en casebaseret grundbog til professionsuddannelserne*, Kap. 1 (s. 19-45) Hans Reitzels Forlag, København (26 sider)

Hulgård, Lars (2017): "Folkehemmet 2.0", i: Augustinsson, Erika: Sociala innovationer som kan förändra Sverige, Mötesplats Social Innovation, s. 12-21 (10 sider)

Rohde, Lilian & Boelsmand, Jens (2016): *Innovative studerende – Arbejdsbog til professionsuddannelserne*, s. 15, 16, 21-23, 38-45, 212-215 og 219, Akademisk Forlag (18 sider).

Kreativitet & idéudvikling

Hansen, Søren & Sejer Jakobsen, Henrik (2011): "Idéudvikling på en kreativ platform"

Lerdahl, Erik (2007): *Slagkraft – en håndbok i idéutvikling*, kap. 3 +6, Gyldendal Akademisk, København (18 sider)

Merit, Søren & Nielsen, Trine (2006): *Vinderkoncepter – brugerdrevet innovation og forretningsudvikling*, kap. 8, Børsens Forlag, København (23 sider)

Nielsen, Dorte & Thurber, Sarah (2017): *Den kreative tænkers hemmelighed*, kap. 2, s 43-73, Akademisk Forlag (30 sider)

Tværfaglighed & samarbejde

"The Whole Brain Model® En kort introduktion", Copyright Herrmann International Denmark.
<http://www.stein-beck.dk/wp-content/uploads/The-Whole-Brain-Model-kort2.pdf> (5 sider)

"WHITE PAPER: Are Teams Broken? Or Just Not Using Their Heads – Team Thinking in a New Light" http://think.herrmannsolutions.com/teams-white-paper?_hssc=36374719.6.1483546080666&_hstc=36374719.2609d4d6ad9907ddc9b45ed30b14db62.1477666333049.1478456174607.1483546080666.3&_hsfp=3051646480&hsCtaTracking=5b71b0ab-efe8-47ef-bee5-44262e5293d4%7C76024fa5-4931-4d53-be22-2e840de9e1ca (17 sider)

Digmann, AnneMette: "Innovationskompetencer på tværs",
<http://preview.www.midtlab.dk/siteassets/midtlabfilbibliotek/artikler/0909-innokomp-pa-tvars-ad.pdf> (5 sider)

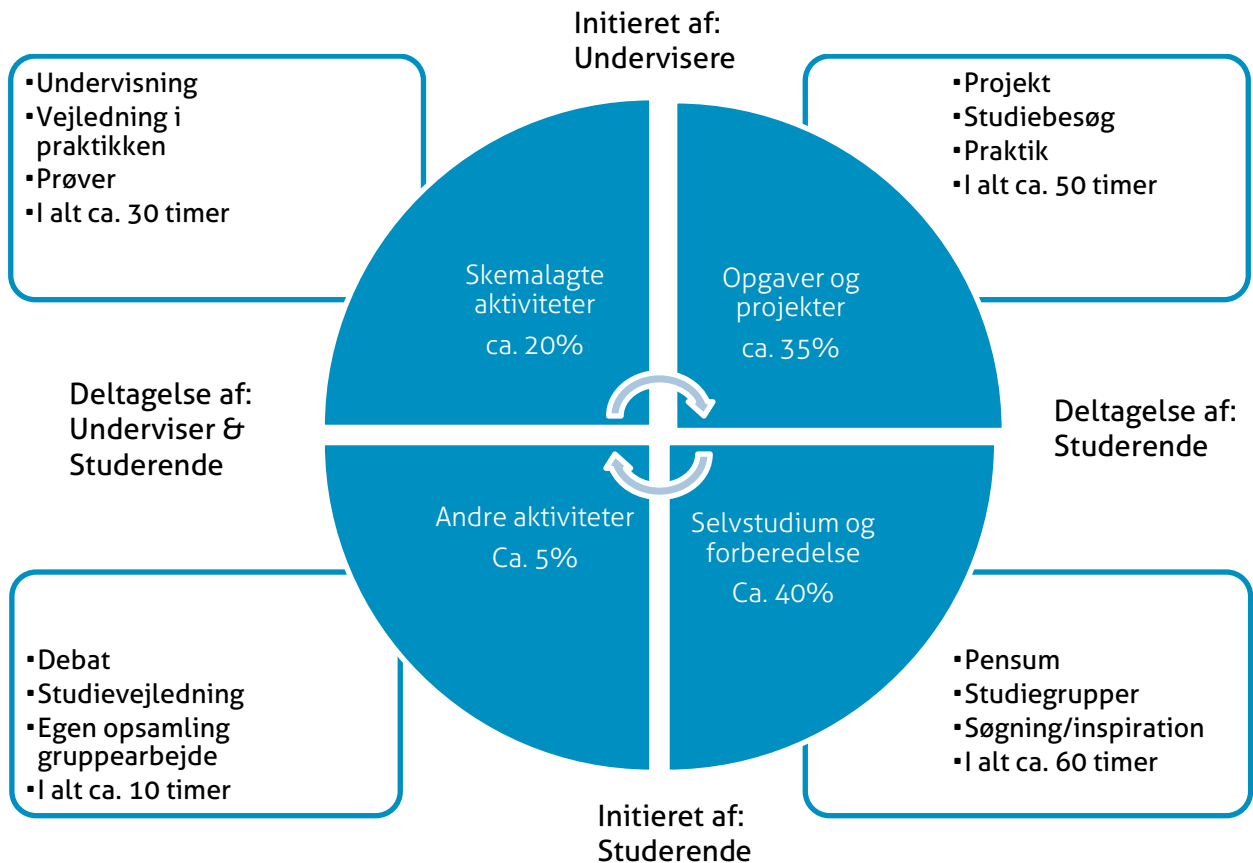
Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning – fremgår af program. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. For at bestå skal forløbets øvelser være gennemført og godkendt af vejleder/facilitator, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Den afsluttende opgave udarbejdes i grupper af 6-8 studerende. Den afsluttende opgave bedømmes ved en 15 minutters eksamenspræsentation.

Studieaktivitetsmodel:



Course Description

Spring 2018

Duration: 3 weeks (5 ECTS)

Objectives:

Students will gain knowledge on innovation in the interdisciplinary course. During the work with specific and professional cases, students will gain interdisciplinary knowledge and competencies in creative methods and innovative processes.

The learning style is a mixture of theoretic lectures, practical workshops and work in teams. The workshops and the teamwork are based on theory and a practical case. The lectures give students knowledge of both specific communication areas and innovation theory.

Methods:

The course aims to introduce lectures followed by discussions or by assignments written on the basis of the contents of the lectures. The lectures both present compulsory modules and electives. Extra time for group projects aimed at the final assignment for external partners is included in the course.

Learning outcomes:

On completion of the course, students will be able to:

- Define and understand what innovation is
- Identify, describe and create a connection between idea and possibility
- Work systematically with development of ideas and innovation
- Have knowledge and skills to work in teams
- Work with creative and innovative communication
- Present an innovative communication idea on the basis of a case from an external partner

Attendance:

Students are expected to attend all classes. Attendance is compulsory during exercises, group work and feedback sessions.

Assessment:

The course is graded passed/not passed with no external examiner. In order to pass the course, all assignments must be approved by the professor/facilitator, the final assignment must be approved, and the student has to participate actively and meet the requirements of attendance. The final assignment is a group work of 6-8 students. The final project is assessed following a 15 minutes examination.