

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse samt TV- og Medietilrettelæggelse
Fagbeskrivelse
Efterår 2022
Medieudvikling og medieøkonomi
1. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Forløbet skal give den studerende indsigt i centrale fænomener, tendenser og begreber inden for medieudvikling og medieøkonomi. Forløbet introducerer til mediesystemteori og giver indsigt i måling og analyser af medieforbrug. Derudover giver forløbet forståelse af grundlæggende teori om forretningsmodeller og værdikæder i mediebrancherne, med det formål at gøre den studerende i stand til selv at anvende disse til analyser på branche- eller virksomhedsniveau.

Forløbet samlæses for de to uddannelser i Medieproduktion og Ledelse og TV- og Medietilrettelæggelse.

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Undervisningen vil foregå som en blanding af forelæsninger, hold-diskussioner, gruppearbejde, workshops og selvstudie (i forbindelse med forberedelse til undervisningen og udarbejdelse af besvarelser af den skriftlige opgave). De studerende må påregne nogen forberedelse til undervisningen, for det fulde faglige udbytte kan kun opnås ved forud for hver undervisningsgang at have læst den tilhørende litteratur.

17.11.2023

Side 1 / 4

Grupperne vil blive dannet af underviseren.

Redskaber:

Microsoft Office.

Mendeley Reference Manager

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- mediernes rolle i demokratiet og det danske mediesystem
- centrale fænomener og begreber inden for medieudvikling og medieinnovation
- medieforbruget i Danmark
- medieøkonomi, værdikæder og forretningsmodeller

De studerende skal opnå færdigheder i:

- at anvende teoretiske modeller for værdikæder og forretningsmodeller
- At skrive opgaver i Office-programmer

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- kunne vurdere konkrete tilfælde af medieudvikling og medieinnovation med henblik på aktivt at anvende disse i videre udvikling.

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

Doyle, G. (2013). *Understanding Media Economics*. 2. udgave. Sage.

Litteratur - udleveres:

• Afuah, A. (2014). *Business Model Innovation. Concepts, Analysis, and Cases*. Routledge. (pp. 3-24)

• Bang, T., & Solvoll, M. (2014): "Medieøkonomiske begreper". I: Bang, T., & Solvoll (red.), *Medieøkonomi. Konflikt og samspill*. Cappelen Damm. (pp. 17-35)

• Blach-Ørsten, M., & Willig, I. (2016). "Det danske mediesystem". I: Olesen, T. (red.), *Medier, politik og samfund*. Hans Reitzels Forlag. (pp. 13-33)

Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M. (2016). *The craft of research* (4th ed.). University of Chicago Press. (pp. 173-200)

Komorowski, M., & Delaere, S. (2016). Online Media Business Models: Lessons from the Video Game Sector. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 11(1), 103–123. <https://doi.org/10.16997/wpcc.220>

• Küng, L. (2017). *Strategic Management in the Media. Theory to practice*. 2. udgave. Sage. (pp. 13-45).

• Lycett, M. (2013). 'Datafication': making sense of (big) data in a complex world. *European Journal of Information Systems*, 22(4), 381-386.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Wiley. Chapter 1 (pp. 14-56). [Den danske udgave kan også sagtens bruges]

• Storsul, T., & Krumsvik, A.H. (2013). "What is Media Innovation?". I: Storsul, T., & Krumsvik, A.H. (red.), *Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change*. Nordicom. (pp. 13-26)

• Søndergaard, H. (2006). "TV som institution". I: Hjarvard, S. (red.), *Dansk tv's historie*. Samfundslitteratur. (pp. 17-65)

Frit tilgængelig:

Christensen, C.M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D.S. (2016). Know Your Customers' "Jobs to Be Done". *Harvard Business Review* (september 2016). <https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done>

• Dansk Journalistforbund: *Fagenes Fremtid. 11 tendenser – som former fremtiden for fagene i kommunikations- og mediebranchen*. https://journalistforbundet.dk/sites/default/files/inlinefiles/Fagenes%20Fremtid%20-%2011%20tendenser_0.pdf

• Porter, M. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy" *Harvard Business Review* (marts 1979). <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shapestrategy>

• Slots- og Kulturstyrelsen (2017). *Globaliseringen af den danske mediebranche* (del 1, pp. 17-65).

17.11.2023

Side 2 / 4

https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2017/Specialrapporter/Internationale_akterer/Rapport_og_bilag/Final_Final_report_4.9.2017.pdf

- Slots- og Kulturstyrelsen (2021). *Overblik og perspektivering 2021*.
https://mediernesudvikling.kum.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2021/Overblik_og_perspektivering/Overblik_og_perspektivering_2021_inkl._hovedresultater.pdf

- University of Southampton (n.d.). Navigating the page. An academic guide to effective reading.

http://edshare.soton.ac.uk/4064/1/navigating_the_page.pdf

Eksamensforudsætninger

Opfyldelse af eksamensforudsætninger er et krav for, at den studerende kan deltage i fagets eksamen. Eksamensforudsætninger kan være mødepligt, deltagelsespligt, gruppearbejde, opgaver, fremlæggelser, præsentationer etc. Manglende opfyldelse af eksamensforudsætning medfører, at den studerende ikke er indstillet til eksamen og har brugt et prøveforsøg.

Mødepligt: Der er mødepligt til den skemalagte undervisning.

Deltagelsespligt: Gruppearbejdet er en del af eksamenen, men ikke undervisningen.

Afhjælpningsmuligheder: Hvis en studerende har været fraværende fra mere end 25% af den skemalagte undervisning, indstilles den studerende til en alternativ eksamen.

Den alternative eksamen har i tillæg til den skriftlige aflevering en mundtlig eksamination på maksimum 15 minutter for hver studerende, inklusive votering.

Muligheden for afhjælpning gælder kun ved lovligt fravær.

17.11.2023

Side 3 / 4

Eksamen:

Bedømmes ved 7-trinsskala og intern censur.

Eksamensform: En skriftlig opgave der skal løses i grupper på tre eller fire studerende.

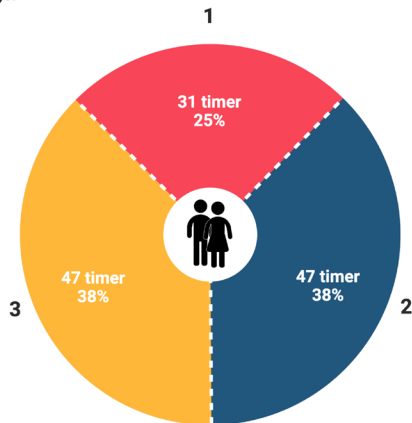
Opgaven bedømmes uden mundtlig eksamination, og der angives i eksamensopgaven hvordan hver studerende skal udarbejde et individuelt bidrag til den samlede besvarelse.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Medieudvikling og medieøkonomi

125 timer i alt
5 ECTS points
3 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Undervisning, gruppearbejde, workshops

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Forberedelse (primært læsning)

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Arbejde med opgave

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Godkendt af BBS, 2022-08-19

17.11.2023

Side 4 / 4