

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Foråret 2016

Projektledelse, Kommunikation og Pitch

4. semester

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Formål

Valgfaget Projektledelse, Kommunikation og Pitch fokuserer på udvikling af kommunikations- og relationskompetencer, som den kommende projektleder kan bruge aktivt og bevidst i professionel kommunikation i kreative og kommercielle kontekster.

Egenskaber

Forløbet er et praksis- og anvendelsesorienteret projektmetode- og refleksionsfag. Der indgår et selvstændigt projektforb, godkendt af underviser, som den afsluttende prøve bygger på.

Indhold

Der vil blive undervist i og arbejdet praktisk med:

- Dynamisk og adaptiv projektledelse og styring i løst koblede systemer
- Systemisk tænkning indenfor projektledelse og kommunikation
- Praktiske kommunikationsmetoder og forventningsafstemningsværktøjer inden for ledelse og samarbejde.
- Personlige ressourcer ift. kommunikation
- Pitchmetoder og personlig præsentation i kommerciel og kreativ kontekst
- Lærings- og refleksionsprocesser i team og projekter.

Metoder

Undervisningen kombinerer forelæsning og dialog, oplæg og arbejde på og udenfor højskolen. Der vil arbejdes praktisk og selvstændigt med præsentationer og projektsamarbejde og -ledelse. Træning af projektleder- og forskellige kommunikationsfærdigheder er gennemgående.

Læringsmål

Den studerende skal ved forløbets afslutning:

- Have opnået viden om metoder og værktøjer samt praktisk arbejde indenfor projektledelse i kreative og kommercielle miljøer
- Have viden om kommunikation til at fremme projektets mål og processer
- Kende pitch som kommunikationsmetode og værktøj
- Have øget sin kompetence i at målrette individuel personlig præsentation til rette publikum
- Demonstrere professionel refleksion over egen læring inden for feltet kommunikation, præsentation, pitch og projektledelse i kommerciel og/eller kreativ kontekst.

Litteratur – Obligatorisk (købes)

- **Projektledelse i løst koblede systemer**, Christensen og Kreiner, Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2006 (115 s.) Studie-nypris 229 kr. ISBN: 978-87-574-5930-2

Valgfrit, afhængig af projektspecialisering:

Projektkompetence, Mac & Ejlskov, Hans Reitzels Forlag, 2009, ISBN: 978-87-412-5160-8

Creative Management for Creative teams. Business coaching and creative business, Mark Mc Guinness: <http://media.lateralaction.com/creativemanagement.pdf> - Free E-book for non-commercial purposes.

Primadonnaledelse. Når arbejdet er et kald. Helle Hein, Gyldendals Business, 2013, ISBN: 978-87-02-11354-9

Motivation. Motivationsteori og praktisk anvendelse, Helle Hein, 2009, ISBN: 978-87-412-5227-8

Når forretningen kommunikerer – topledelsens nye strategier, J. Højberg Christensen. Gyldendal Business, 2010. ISBN 978-87-02-07649-3

Power i projekter & portefølje, Attrup & Olsson, Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2008, ISBN: 9788757416657

Kampagner – planlægning og gennemførelse, Bechmann, S., Academica, 2009. ISBN: 978-87-767-5733-5

Konflikt og Kontakt – om at forstå og håndtere konflikter, Hammerich, E. & Frydensberg, K. Hovedland, 2010. ISBN 978-87-7070-161-7

Mødepligt/deltagelsespligt:

Undervisningen er tilrettelagt jf. Højskolens studieaktivitetsmodel og fordrer et højt selvstændigt aktivitetsniveau fra den studerende på og uden for Højskolen, samt vilje og evne til teamarbejde. Der udarbejdes og præsenteres opgaver igennem hele forløbet.

Prøveform

Forløbet afsluttes dels med en mundtlig præsentation eller pitch i grupper samt en skriftlig individuel refleksionsopgave med karaktergivning efter 7 trin skalaen. Den samlede karakter gives ud fra en helhedsbedømmelse af projektfagligt indhold, forståelse og udførelse i den mundtlige præsentation og personlig refleksion over projektet og egen læring i den skriftlige opgave.

Studieaktivitetsmodel:

