

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2018

3. semester

Digital Innovation og Prototyping

Varighed: 8 uger - 10 ECTS

Formål: Formålet med forløbet er at give de studerende kompetencer til at afdække, dokumentere og konkretisere brugerbehov til digitale medieproduktioner. De studerende får en gennemgang af gængse metoder til afdækning af brugerbehov, og hvordan disse kobles til forretningsbehov. Det hele konkretiseres med en prototype, der eksemplificerer, hvordan man kan tilgodese både bruger og forretning.

Redskaber: Faget handler om de ting der er generiske på tværs af alle digitale medieprojekter dvs. at de teknikker og metoder, der undervises i kan bruges til innovation af løsninger på enhver digital platform. Fagets undervisning veksler mellem teoretisk forståelse og praktisk anvendelse. Det foregår ved: Forelæsninger, holddiskussioner, gruppearbejde, øvelser og demonstration af og arbejde i software til prototyping.

Læringsmål: Den studerende skal have viden om professionens og fagområdets praksis og anvendt teori og metode, så han/hun kan adressere generiske problemstillinger inden for innovation af digitale medieproduktioner ved at forholde sig metodisk til både brugernes og forretningens situation. Den studerende skal således kunne komme med konkrete kvalificerede forslag til, hvordan man kan afdække brugernes behov i forhold til en konkret forretningssituation, komme med bud på forskellige brugerprofiler og visualisere konkrete løsningsforslag som binder disse ting sammen i form af prototyper.

Efter faget skal den studerende:

1. kunne koble brugerbehov ift. digitale medier med en forretningsbehov.
2. kunne afdække brugerbehov ud fra et User Centered Design paradigme.
3. skabe klarhed over brugerbehov ved anvendelse af dataindsamlingsmetode til at afdække målgruppens adfærd og behov.
4. rådgive om brugerinddragelse i udviklingen af digitale produktioner.
5. kunne udvikle prototyper, der konkretiserer løsningsforslag.

Litteratur:

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons.

Osterwalder, Alexander, & Pigneur, Yves (2013). Business Model Generation: - en håndbog for nytænkere, banebrydere og rebeller. København: Gyldendal. Kapitel 3.
Den engelsksproglige udgave af bogen kan også bruges.

"The Field Guide to Human-Centered Design - A step-by-step guide that will get you solving problems like a designer." By IDEO.org - gratis her: <http://www.designkit.org/resources/1>

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til de skemalagte forelæsninger.

Prøveform:

Forløbet afsluttes med en individuel skriftlig opgave. Opgaven bedømmes efter 7-trinsskalaen med ekstern censur.

Studieaktivitetsmodel

