

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

***For Course Description in English, see page 4***

**Semester:** se studieordningen for de respektive uddannelser

**Tværfagligt forløb:** INNOVATION X18E

**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 oplæg om metoder, teorier og praksis, praksisorienterede workshops og projektorienteret arbejde i teams. I workshop og i teamarbejdet anvendes teorien på den konkrete case.

**Metoder:**

Undervisningen er baseret på analoge og digitale oplæg og workshops, der bliver fulgt op med diskussion eller af opgaver med tilknytning til oplæggets indhold. Derudover er hovedvægten lagt på selvstændigt projektarbejde i grupper, der leder hen til udarbejdelsen af en afsluttende pitch samt en fysisk manifestation af gruppens idé for en 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 løsning på baggrund af en caseopgave fra en ekstern partner

**Litteratur:**

**Primær litteratur**

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-sporgsmål>

Bibliotekernes projektbank: NABC-metoden kort fortalt (Moodle)

Darsø, Lotte (2012): "Dumme spørgsmål skaber innovation" artikel i DJØF Bladet nr. 7.

<https://www.djoefbladet.dk/artikler/2012/4/dumme-sp-oe-rgsm-aa-l-skaber-innovation.aspx>

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

Due, Brian (2011): Kreativitetens DNA, <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/kreativitet-ideudvikling-innovation>

Hermann International Denmark: "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>

Hermann International <https://www.herrmannsolutions.com/what-is-whole-brain-thinking-2/>

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

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

Jensen, Martin et. al. (2013): Nye innovationsformer, s. 29-36, Teknologisk Institut (Moodle)

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

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

Nielsen, Dorte & Thurber, Sarah (2017): *Den kreative tænkens hemmelighed*, kap. 2,, Akademisk Forlag (Moodle)

Rohde, Lilian & Boelsmand, Jens (2016): *Innovative studerende – Arbejdsbog til professionsuddannelserne* (Grundbog – selvkøb)

Striim, Ole (2000): *Kreativ problemløsning & praktisk idéudvikling*, 2. udg., kap. 5, Hans Reitzels Forlag (Moodle)

### **Sekundær litteratur**

Darsø, Lotte (2003): "Findes der en formel for innovation?":  
[https://pure.au.dk/ws/files/65/Formel\\_for\\_Innovation](https://pure.au.dk/ws/files/65/Formel_for_Innovation)

Hansen, Søren & Sejer Jakobsen, Henrik (2005): "Kreativitet" (Moodle)

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

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

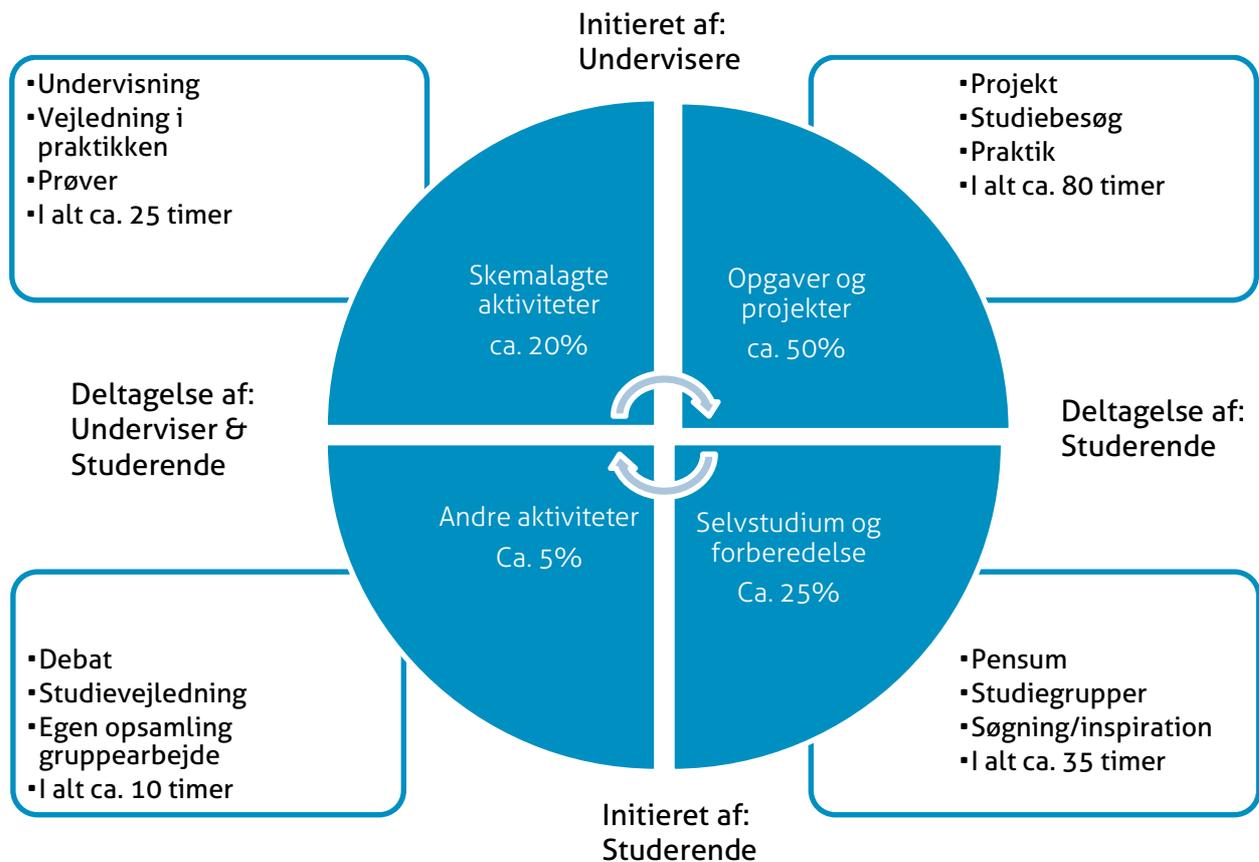
### Mødepligt/deltagelsespligt:

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.

### 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.

### **Methods:**

The course aims to introduce lectures followed by discussions or by assignments written on the basis of the contents of the lectures. The main workload is a group project, which has the aim of presenting an innovative solution for external partners.

### **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 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.