

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**MPL – Medieproduktion og Ledelse**  
**Fagbeskrivelse**  
**Efteråret 2018**

**Erhvervs- og medieret**

**1. semester**

**Varighed: 5 ECTS**

**Formål:**

Formålet med kurset er at introducere de studerende til de retlige rammer, der gælder for aktiviteter, som udøves i forbindelse med til medieproduktion og -ledelse. Kurset er derfor inddelt i 3 moduler, som fokuserer på 1) emner i relation til etablering og drift af virksomhed og medieproduktion, 2) medieretlige emner om mediernes ytringsfrihed og afbalanceringen af modstående hensyn til privatliv, personlighed, omdømme m.v., og 3) emner relateret til markedsføring, reklame og sponsorering.

**Redskaber:**

Det begrebsmæssige omdrejningspunkt for undervisningen er den juridiske metode, der som tilbagevendende referenceramme forløbet igennem danner grundlag for de studerendes mulighed for at lære at anvende juraen til at løse juridiske problemer i praksis.

**Egenskaber:**

Gennem viden, refleksioner og opgaver/eksempler vil de studerende oparbejde evne til at identificere og løse juridiske problemer og udfordringer i forbindelse med medieproduktion og -ledelse.

**Metoder:**

Der arbejdes med fagets elementer via 1) læsning af juridisk litteratur, retsregler og domme, 2) dialog- og praksisorienterede lektioner med mulighed for diskussioner og spørgsmål og 3) gruppearbejde om konkrete opgaver og eksempler.

**Læringsmål:**

Når kurset er slut, skal de studerende have opnået kendskab til de væsentligste retsregler og retsprincipper af relevans for medieproduktion og -ledelse. De skal endvidere have opnået en forståelse for den juridiske metode, som gør dem i stand til at træffe kvalificerede retlige valg som et naturligt led i det praktiske arbejde, de vil møde som færdiguddannede. Endelig skal de være i stand til at afgøre, hvornår der i konkrete situationer er behov for at konsultere eller inddrage juridisk ekspertise.

**Litteratur - skal købes:**

Jøren Ullits, 'Journalistbegrebet i retlig belysning', Karnov, 2019

**Litteratur - udleveres:**

Børge Dahl et al, 'Erhvervsjura', 14 udgave 2017 (udvalgte kapitler): Kapitel 2, afsnit I-IV (s. 37 – 51)

Peter Møgelvang-Hansen, et al, Markedsføringsretten, 3. udgave 2017, ex tuto publishing:

Kapitel 2. Reguleringsmetoder, general klausuler og retshåndhævelse (s. 61 – 83)  
Jesper Lau Hansen et al, 'Iværksætterens juridiske udfordringer', DJØF 2015, (udvalgte kapitler): Kapitel 2, valg af selskab (uddrag, s. 37-49, 51 – 56, 68 – 81)  
Morten Rosenmeier, [gratis] 'Ophavsret for begyndere', seneste udgave (udvalgte kapitler): Kapitel 3: hvad kan være ophavsretligt beskyttet? (S. 29 – 60), Kapitel 5: hvilke rettigheder har ophavsmanden? (67 – 90), Kapitel 7 A – E (s. 139 – 149), Kapitel 10 A – E og L: Ophavsretslovens beskyttelse af produkter der ikke er "værker" (s. 213 – 222 & 235 – 238)  
Peter Schønning m.fl., 'Personlighedsret', Thomson, 2007: kap. 1, afsnit 4 (s. 25-29) Facebooks vilkår  
Janne Rothmar Hermann & Peter Blume, 'Ret, privatliv og teknologi', Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2018: Kap. 3 (ca. s. 23)

Vejledninger (anbefalet litteratur)

Erhvervsstyrelsens vejledning om stiftelse af APS & AS:

<https://erhvervsstyrelsen.dk/vejledning-stiftelse-af-aps-og-as>

Forbrugerombudsmandens vejledninger

Børn og unge: <https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46498/2016-boern-unge-og-markedsfoering.pdf> (ca 30 sider)

Skjult reklame (vejledning): <https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46478/2016-reklameid-00-pdf.pdf> (ca 20 sider)

Skjult reklame (nordisk standpunkt)

<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46479/2016-nordisk-standpunkt-skjult-reklame.pdf> (ca 10 sider)

Sociale medier: <https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46472/2016-standpunkt-til-nordisk-standpunkt-for-markedsfoering-via-sociale-medier.pdf> (ca 20 sider)

Lovgivning som vi kommer omkring (kan findes her [www.retsinformation.dk](http://www.retsinformation.dk))

Selskabsloven (oversigtslæsning af hele loven)

Funktionærloven (oversigtslæsning af hele loven)

Markedsføringsloven (særligt §§ 1 – 14 og 20 – 23)

Medieansvarsloven (oversigtslæsning af hele loven),

Databeskyttelseslovens § 3, lov om massemediers informationsdatabaser (oversigtslæsning af hele loven)

Ophavsretslovens § 22-23

Straffelovens § 264 d (+ § 232) og § 267,

Regler for god presseskik (oversigtslæs reglernes sektion A og B), tilgængelige her:

<http://www.pressenaevnet.dk/god-presseskik/>

### **Mødepligt/deltagelsespligt:**

Forløbet i erhvervs- og medieret bygger på den studerendes aktive deltagelse. Der skal i forløbet afleveres og opnås godkendelse af en obligatorisk midtvejsopgave, der kan udarbejdes individuelt eller i grupper.

### **Prøveform:**

Forløbet afsluttes med en individuel skriftlig test, af to timers varighed, og under tilsyn på højskolen. Alle hjælpemidler er tilladt, men kommunikation med andre er ikke tilladt. Til prøven skal den studerende medbringe computer. Testen bedømmes efter 7-trinsskala med intern censur.

### Studieaktivitetsmodel:

