

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Foråret 2016

4. semester

Medieoptimering

Varighed: 09. maj – 17. juni 2016 (6 uger) 10 ECTS

Formål:

Forløbet tager udgangspunkt i kendte problemstillinger og metoder, som bruges til optimering af processer indenfor medieverdenen, med specielt fokus på markedsføring, web og print. Formålet med forløbet er at gøre de studerende i stand til at analysere processer, komme med optimeringsforslag og implementere disse.

Egenskaber:

For at finde ud af hvordan vi kan optimere processer i medieproduktioner, skal vi have en indgående kendskab til de enkelte processer, og hvilke muligheder der er for optimering af disse. Til dette bliver der fremstillet et kompendium med caseopgaver til forskellige medieproduktioner. Hver caseopgave svarer til en uges arbejde med at analysere og optimere en proces. Der bliver udarbejdet min. 15 caseopgaver som den studerende frit kan vælge imellem.

Metoder:

Hovedparten af forløbet vil foregå som styret og guidet løsning af caseopgaver, med vekslende selvstændigt research og praktiske forsøg, evt. på skolen. Alle caseopgaver vil være tilgængelige ved starten af forløbet, så den studerende selv kan disponere sin tid og hvilke caseopgaver, der arbejdes med. Hver uge SKAL løsningen på sidste uges caseopgave *afleveres* og *præsenteres* i plenum. Afleveringstidspunktet fremgår af skemaet.

Læringsmål:

Den studerende skal kunne:

- Anvende kendte metoder og værktøjer til at optimere medieproduktioner eller problemstillinger indenfor medieverdenen.
- Vurdere og anvende standarder som basis for optimeringer.
- Udarbejde kendte afrapporteringsformer.
- Kunne reflektere og diskutere kritisk over medieprocesser
- Kunne indgå i en beslutningsproces vedrørende udarbejdelse af en optimeringsprojekt.
- Have metodisk tilgang til optimeringsprocesser.
- Løse problemer i en eksisterende proces.
- Analysere og vurdere problemstillinger indenfor medieverdenen og komme med løsningsforslag til disse.

Litteratur:

Litteratur på dette forløb er afhængig af hvilke caseopgaver de studerende vælger at arbejde med. I alle caseopgaver er der en reference liste med den litteratur, der er gældende for den enkelte caseopgave. Ved udarbejdelsen af disse caseopgaver er der lagt vægt på at denne

litteratur skal kunne stilles gratis til rådighed for de studerende. Dog kan det ske at enkelte caseopgaver kræver, at der købes yderligere litteratur.

En liste med litteraturen fra alle caseopgaver ligger som bilag 1.

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt på skemalagte dage. Alle caseopgaver skal afleveres og præsenteres for at kunne bestå forløbet.

Prøveform

Forløbet bedømmes efter 7-trinsskalaen, med intern censur. Besvarelse af caseopgaverne og mødepligt er grundlaget for karakteren.

Studieaktivitetsmodellen:

Nedenstående model er en vejledende beskrivelse af arbejdsbelastning på forløbet.

Initieret af:
Undervisere

Deltagelse af:
Underviser &
Studerende

Deltagelse af:
Studerende

Initieret af:
Studerende

Bilag 1 - Litteraturliste

Kelly Goto og Emely Cotler "Web ReDesign 2.0 – workflows that works" New Riders 2005
Generelt om process for redesign.

Peter Ulka & Per Østergaard Jacobsen: CRM 2.0 håndbogen, Efficiens

Taarnskov Mailand, Eva D. (2011). Relationsmarkedsføring på BtC-markedet. Styrker og svagheder i teori og praksis.

http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/2327/eva_dorete_taarnskov_mailand.pdf?sequence=1

Handbook of CRM af Adrian Payne

Steve Upton og Pat Herold: Test dit ICC-workflow med Stunt-profiler fra Chromix.
Grafisk Workflow #47, side 30 – 32.

Thomas Haase og Casper Find Andersen: Sortgenerering. Grafisk Workflow, nr 18, side 20 til 26

Nielsen, Nielsen og Sandstad: Soft proofing – Prøvetryk på skærmen. Grafisk Workflow #10, 2003

Avinash Kaushik: Web Analytics an hour a day. Sybex

Chuck Lenatti og Ivan Mironchuk: Financial Times Vacates iPad Store in Pursuit of Multichannel Efficiency. Bulletin September/October 2011

Bård B. Sandstad: Den tredje platform. Grafisk Workflow september 2011

John Parsons: Will Emerging Standards and Specifications Help Us Normalize Digital Magazine Publishing? Publishing Executive
<http://www.pubexec.com/article/will-emerging-standards-and-specifications-help-us-normalize-digital-magazine-publishing>

Carol Werlé: Towards Automation. The Magazine #13.