

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
MPL – Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2017

Medieudvikling og medieøkonomi

1. semester

Varighed: 3 uger (5 ECTS)

Formål:

Forløbet skal give den studerende indsigt i, hvordan medier udvikler sig i et samspil mellem teknologisk udvikling og politiske, sociale og økonomiske ændringer. Dette krydsfelt betragtes med særlig fokus på digitalisering, globalisering og mediekonvergens.

Medieudvikling giver et tværfagligt blik på mediebrancherne i Danmark. Grundlæggende teori om forretningsmodeller og værdikæder fra fagområderne strategi og medieøkonomi inddrages med det formål at gøre den studerende i stand til selv at analysere medievirksomheders forretningsmodel. Teori om målgrupper og kundesegmenter samt medieforbrug fra fagområdet marketing anvendes til at beskrive udviklingen indenfor de enkelte mediebrancher.

Redskaber: Øvelser, Microsoft Word

Egenskaber: Lærevillighed, samarbejdsevne, kritisk tænkning, pensumstudier

Metoder: Forelæsninger og gruppearbejde

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Nyere mediehistorie med fokus på digitalisering, mediekonvergens og globalisering
- Udviklingen indenfor de enkelte mediebrancher i Danmark
- Medieforbruget i Danmark
- Medieøkonomi, værdikæder og forretningsmodeller

De studerende skal opnå færdigheder i:

- At anvende teoretiske modeller for værdikæder og forretningsmodeller

De studerende skal opnå kompetencer indenfor:

- At selvstændigt udføre og formidle branche- og virksomhedsanalyser

Litteratur – skal købes:

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Business Model Generation: - en håndbog for nytænkere, banebrydere og rebeller. København: Gyldendal.
Den engelsksproglige udgave af bogen kan også bruges.
- Jensen, Klaus Bruhn. (2016). Dansk mediehistorie 4: 1995 - 2015. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Litteratur – udleveres:

- Andersen, Ole E. et al (2014). Moderne Markedsføring. København: Hans Reitzels Forlag. Kapitel 14: Segmentering og målgruppevalg. Side 303-332.
- Doyle, Gillian (2013). Understanding Media Economics. Second edition. London: Sage. Side 19-28 og 76-88.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Faget bygger på aktiv deltagelse fra hver enkelt studerende. Deltagelse i projektarbejde er obligatorisk.

Prøveform:

Udprøvnningen består af to obligatoriske opgaver: En individuel skriftlig opgave, og en projektopgave der skal løses i grupper.

Den individuelle opgave er et skriftligt mini-essay omhandlende et emne fra pensum.

I projektopgaven skal gruppen bruge fagets modeller om værdikæder og forretningsmodeller på en konkret case virksomhed og den branche den repræsenterer.

Der gives en samlet individuel bedømmelse som bestået/ikke-bestået, med intern censur.

Begge opgaver skal bestås, for at forløbet bedømmes som bestået.

Studieaktivitet

En vejledende fordeling af undervisningstid på holdet, egen studier samt evt. yderligere opgaver i forløbet er illustreret herunder.

