

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
MPL – Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Efteråret 2019

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 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 analyser af virksomheder eller brancher

Litteratur – skal købes:

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Business Model Generation: - en håndbog for nytænkere, banebrydere og rebeller. København: Gyldendal.
Den engelsksproglige udgave af bogen kan også bruges.
- Jensen, K. B. (Red.). (2016). Dansk mediehistorie 4: 1995 - 2015. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Litteratur – udleveres:

- Doyle, Gillian (2013). Understanding Media Economics. Second edition. London: Sage. Side 19-28 og 76-88.
- DR Medieforskning (2019). Medieudviklingen 2018. København: DR Medieforskning.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2014). Value Proposition Design. Hoboken: Wiley.
Uddrag fra kapitel 1: Side 3, 6-9, 12-17, 22-25, 28-33, 38-39, 42-43.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til fagets obligatoriske forelæsninger og workshops.

Prøveform:

Udprøvningen 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.

