

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Efterår 2018

3. semester

Valgfri Studieaktivitet

Varighed: 07. januar – 25. januar 2019 (5 ECTS)

Formål

Formålet med valgfri studieaktivitet er at give de studerende mulighed for at arbejde selvstændigt med en selvvalgt medierelevant problemstilling, så de kan tone deres uddannelse i en selvvalgt retning.

Egenskaber

Der fremstilles et kompendium med en række relevante caseopgaver, som den studerende kan arbejde med. Den studerende kan også vælge eget emne og problemstilling, som skal godkendes af vejlederen. Forløbet er baseret på høj grad af selvstudie med mulighed for vejledning på skolen, telefon, Skype og e-mail gennem hele forløbet. Forløbet tager udgangspunkt i kendte problemstillinger og metoder, som bruges til optimering af processer indenfor medieverdenen, med specielt fokus på markedsføring og forskellige medieproduktioner. Formålet med forløbet er at gøre de studerende i stand til at analysere processer, komme med optimeringsforslag og implementere disse. For at finde ud af hvordan vi kan optimere processer i medieproduktioner, skal vi have et 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.

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*. 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 et 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

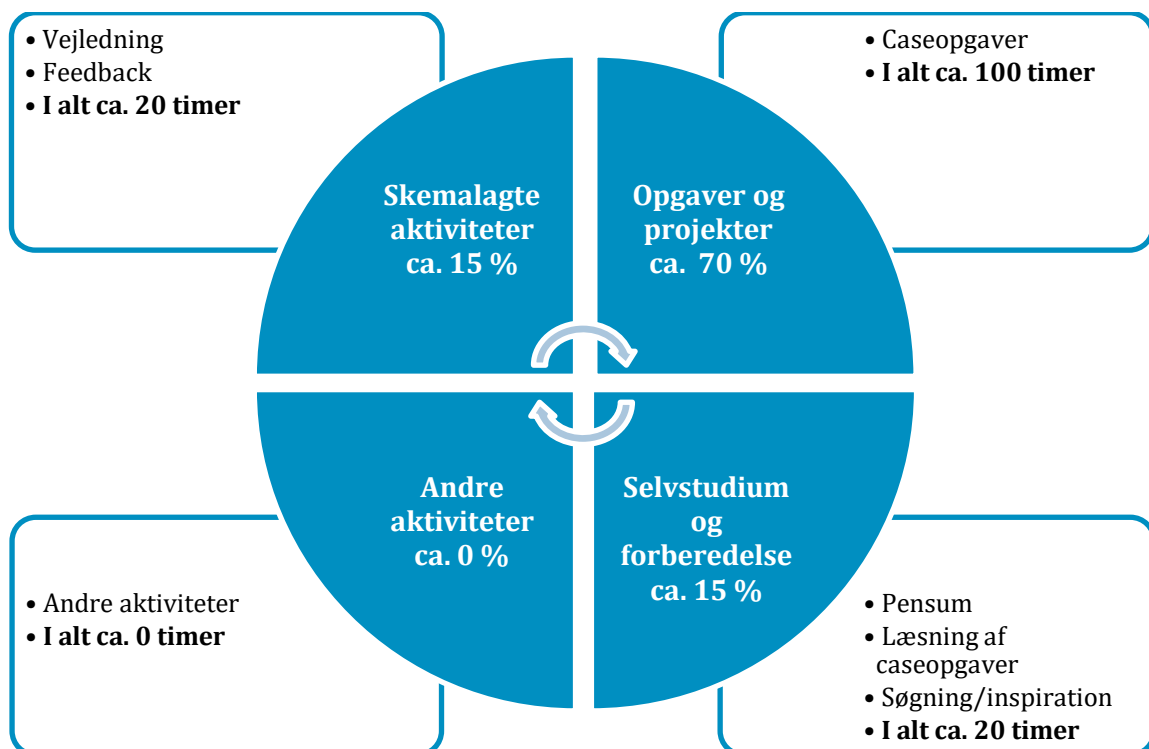
Alle caseopgaver skal afleveres for at kunne bestå forløbet.

Prøveform

De skriftlige opgaver danner grundlag for karakteren, og der gives en samlet bedømmelse efter 7-trinsskalaen, intern censur. Opgaverne kan udarbejdes individuelt eller i grupper.

Studieaktivitetsmodel

Nedenstående model er en vejledende belastning på forløbet.



Bilag 1 - Litteraturliste

Kelly Goto og Emely Cotler "Web ReDesign 2.0 – workflows that works" New Riders 2005

Peter Ulka & Per Østergaard Jacobsen: CRM 2.0 håndbogen.

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

Avinash Kaushik: Web Analytics an hour a day.

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-usnormalize-digital-magazine-publishing>

Carol Werlé: Towards Automation. The Magazine #13.