

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og Ledelse
Fagbeskrivelse
Foråret 2016

Projektledelse & Kommunikation 2: Team & Samarbejde

2. semester

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Formål:

Forløbets formål er 1) at udvikle den studerendes kompetencer inden for dynamisk projektmetode og 2) øve teams og den kommende projektleders kommunikations- og relationskompetencer i professionelle kontekster. Projektledelse & Kommunikation 2 bygger videre på dels Ledelse & Organisation på 1. semester, dels Projektledelse & Kommunikation 1 på 2. semester.

Metoder:

Projektledelse & Kommunikation 2 er et analyserede og anvendelsesorienteret forløb opbygget om fagene interpersonel kommunikation og dynamisk projektledelse. Undervisningen kombinerer underviseroplæg, opgaveløsning og fremlæggelser med deadlines i team. Træning af projektleder- og forventningsafstemningsværktøjer, pitch og brief er gennemgående. Forløbet afsluttes med et projekt med en ekstern partner, godkendt af underviser, som udprøvning baserer sig på. I dette projekt anvendes og trænes færdigheder introduceret under forløbet Projektstyring & Økonomi.

Indhold:

Under "Kommunikation" undervises der i og arbejdes med:

- Kommunikationsteori (intern, ekstern, integreret samt især personlig og intrapersonel)
- Modtagerorienteret strategisk og praktisk kommunikation
- Kommunikation som præsentation og formidling versus pitch og salg.

Under "Projektledelse" undervises i og arbejdes der praktisk med:

- Dynamisk og adaptiv projektledelse og styring i forskellige kontekster
- Teori om individ, team, motivation, kommunikation og samarbejde i professionelle relationer
- Personlig kommunikation og forventningsafstemning i ledelse og samarbejde.
- Praktiske værktøjer: Pitch, brief og dialogværktøjer i medie- og kommunikationsvirksomhed.

Læringsmål:

Den studerende skal ved forløbets afslutning kunne:

- Anvende relevant viden og erfaring om kommunikation og projektledelse i kreativ og/eller kommerciel kontekst
- Demonstrere professionsfærdigheder inden for brief, pitch og forventningsafstemning
- Facilitere professionelle leverancer i et team med tydelig ledelse ift. en stillet opgave
- Kunne reflektere og kommunikere selvstændigt over praktiske kommunikations- og projektledelsesmetoder i relation til såvel kontekst, som kunde og team.

Mødepligt/deltagelsespligt, information m.v.:

Undervisningen forudsætter høj studieaktivitet og selvstændigt arbejde under ansvar og deadlines. Der er deltagelsespligt til alle skemalagte forelæsninger og aktiviteter samt i projektopgaven. Moodle rummer løbende information om undervisning, opgaveafleveringer mv. Orientering via Moodle kan ikke erstatte information formidlet via undervisningen.

Forløbet afsluttes med et større selvstændigt projekt, der løses i grupper og afleveres som en mundtlig præsentation/pitch og en visuel præsentation, og som forsvares ved en skriftlig, individuel eksamen, hvor den studerende reflekterer over og perspektiverer gruppeopgaven skriftligt.

Prøveform:

Skriftlig, individuel eksamen på baggrund af forløbets afsluttende gruppeopgave efter 7-trins-skalaen med intern censur. Det er en forudsætning for at deltage i den skriftlige prøve, at det mundtlige produkt er afleveret rettidigt inden afholdelse af prøven. Karakteren gives ud fra en helhedsbedømmelse af det mundtlige gruppeprodukt og den individuelle skriftlige præstation.

Litteratur (Obligatorisk)

- **Projektledelse i løst koblede systemer**, Christensen og Kreiner, Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2006 (115 s.) Studie-nypris 229 kr. ISBN: 978-87-574-5930-2
- **Projektledelse & Kommunikation2 Kompendium** ved Suzi Lyng Hansen, Medieproduktion og Ledelse, fås i receptionen ca. en uge før start, a ca. 125 kr. Indholdsoversigt med relevante COPY-Dan oplysninger findes i Fagbeskrivelsen på Studenet ca. to uger før forløbsstart.

Valgfri litteratur, afhængig af projektspecialisering:

Power i projekter & portefølje, Attrup & Olsson, Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2008, ISBN: 9788757416657

Projektkompetence, Mac & Ejlskov, Hans Reitzels Forlag, 2009, ISBN: 978-87-412-5160-8

Creative Management for Creative teams. Business coaching and creative business, Mark Mc Guinness: <http://media.lateralaction.com/creativemanagement.pdf> - Free E-book for non-commercial purposes.

Primadonnaledelse. Når arbejdet er et kald. Helle Hein, Gyldendals Business, 2013, ISBN: 978-87-02-11354-9

Motivation. Motivationsteori og praktisk anvendelse, Helle Hein, 2009, ISBN: 978-87-412-5227-8

Konflikt og Kontakt – om at forstå og håndtere konflikter, Hammerich, E. & Frydensberg, K. Hovedland, 2010. ISBN 978-87-7070-161-7

Kampagner – planlægning og gennemførelse, Bechmann, S., Academica, 2009. ISBN: 978-87-767-5733-5

Når forretningen kommunikerer – topledelsens nye strategier, J. Højberg Christensen. Gyldendal Business, 2010. ISBN 978-87-02-07649

Studieaktivitetsmodellen:

