

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**MPL – Medieproduktion og Ledelse**  
**Fagbeskrivelse**  
**Efteråret 2016**

**Medieudvikling**

**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 Office programmer

**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.  
Kapitel 1, 2 og 4.  
Pris: Ca. 350,- DKK. Den engelsksproglige udgave af bogen kan også bruges.
- Jensen, Klaus Bruhn. (2016). Dansk mediehistorie 4: 1995 - 2015. Frederiksberg: Samfundslitteratur.  
Pris: Ca. 400,- DKK.

### Litteratur – uddeles via Moodle:

- Andersen, Finn Rolighed et al. (2015). International Markedsføring, 5. udgave. København: Trojka. Side 39-54 og side 316-327.
- DR Medieforskning. (2015). Medieudviklingen 2015. København: DR Medieforskning.
- Kulturstyrelsen. (2016). Mediernes udvikling i Danmark 2016. København: Kulturstyrelsen

### Mødepligt/deltagelsespligt:

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

### Prøveform:

Udprøvelingen 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 består/ikke-består, 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.

