

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Medieproduktion og Ledelse**  
**Fagbeskrivelse**  
**Foråret 2020**

**Præsentation og projektkommunikation**

**2. semester**

**Varighed:** 6 uger (10 ECTS)

**Formål:**

Den studerende introduceres til projektrelateret kommunikation i organisationer på strategisk og operationelt niveau for at få en forståelse for de grundlæggende principper inden for både intern og ekstern kommunikation, samt hvilke virkemidler, begreber og modeller der er anvendelige i projektkommunikation.

Den studerende får også grundlæggende teori om mundtlig kommunikation, retoriske virkemidler samt præsentationsteknikker med henblik på at planlægge og udføre mundtlige præsentationer.

Gennem forløbet træner de studerende individuelt og i grupper praktiske færdigheder og brugen af konkrete værktøjer i forbindelse med præsentationer og projektarbejde internt i organisationer og overfor eksterne interessenter.

**Redskaber:**

Litteratur, forelæsninger, øvelser, analyser, gruppearbejde, workshops, fremlæggelser og skriftlige opgaver.

**Egenskaber:**

Problemløsning, analyseegenskaber, taleteknik, skriveteknik.

**Metoder:**

Forløbet er tilrettelagt som to temablokke.

- 1) Grundlæggende teori om kommunikation i organisationer; både intern og ekstern kommunikation, samt kendskab til konkrete kommunikationsværktøjer og modeller.
- 2) Grundlæggende teori om mundtlig kommunikation, retoriske virkemidler, samt præsentationsteknikker.

Begge blokke vil koncentrere sig om kommunikation i organisationer på både strategisk og operationelt niveau. Hver blok er tilrettelagt således, at de forskellige teorier og perspektiver introduceres via undervisning, og derefter vil de studerende i grupper og selvstændigt skulle arbejde med emnerne i både fremlæggelser, øvelser og skriftlige opgaver.

**Læringsmål:**

De studerende skal opnå viden om:

- Strategi for kommunikation i organisationer
- Retorikkens grundformer og grundregler

De studerende skal opnå færdigheder i:

- Brugen af kommunikationsværktøjer og retoriske virkemidler i forskellige projekt- og arbejdsituationer.

De studerende skal opnå kompetencer indenfor:

- Strategisk kommunikation i organisationer
- Personlig fremtræden i professionel sammenhæng
- Mundtlig og skriftlig kommunikation i projektkontekst

**Litteratur – skal købes:**

- Christiansen, T. J. og Gabrielsen, J. (2010). Talens magt – indføring i mundtlig retorik. København: Hans Reitzels Forlag.
- Larsen-Zarechnova, M., Hammershøj, A. og Lovén M. K. (2018). Business Communication in the service and experience industry. København: Hans Reitzels Forlag

**Litteratur – tilgængelig via højskolens LMS:**

- Greve, Linda: Den gode præsentation (2010), side 11-26. Samfundslitteratur
- Lungholt, Henriette & Metelmann, Paul: Fra skranke til Facebook (2013), side 210-219. Kommuneforlaget
- Jørgensen, Charlotte: Praktisk Argumentation (2004): Toulmins argumentmodel. Nyt Teknisk Forlag
- Grunvald, Ebbe m.fl: Journalisternes sprog (2005), side 19-35. Forlaget Ajour
- Marshall, Ganz: What is Public Narrative: Self, Us & Now (2009). Working paper

**Mødepligt/deltagelsespligt, information m.v.:**

Der er mødepligt til den planlagte undervisning, samt deltagelses pligt i gruppearbejde og løsning af opgaver.

**Prøveform:**

Forløbet bedømmes bestået/ikke bestået med tre delprøver med intern censur. Den første delprøve er en skriftlig tre-dages hjemmeopgave. De to andre delprøver er mundtlige præsentationer, hvor den første er en kort pitch, der evalueres peer-to-peer i grupper. Den anden er en individuel, mundtlig præsentation på 15 minutter (inklusive votering). Alle delprøver skal være bestået for at bestå forløbet og vurderes bestået/ikke bestået.

### Studieaktivitetsmodellen:

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

