

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Medieproduktion og Ledelse**  
**Fagbeskrivelse**  
**Foråret 2017**

**Projektledelse & Kommunikation 2: Team & Samarbejde**

**2. semester**

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

**Formål:**

Projektledelse & Kommunikation 2 er opbygget om fagene interpersonel kommunikation og dynamisk projektmetode. Forløbets formål er at 1) udvikle den studerendes kompetencer inden for dynamisk projektmetode og 2) øve teamets og den kommende projektleders kommunikations-færdigheder og relationskompetencer i professionel kontekst. Projektledelse & Kommunikation 2 giver en videregående forståelse af kommunikation og projektledelse i dynamiske kontekster. Forløbet er designet med konkrete muligheder for at udvikle kommunikations- og samarbejdskompetence hos projektdeltagere og -ledere.

**Egenskaber:**

Forløbet fordrer stærkt engagement samt selvstændighed, dialog- og refleksionsarbejde. Der skal arbejdes målrettet og med ansvar overfor både gruppe/team samt egne kundekontakter.

**Metoder:**

Undervisning kombinerer underviseroplæg med opgaveløsning og fremlæggelse i grupper og team. Forløbet rummer et praktisk løsningsorienteret projekt med en ekstern partner, godkendt af underviser, som udprøvning baserer sig på. I projektopgaven kan der trækkes på viden fra specielt Ledelse & Organisation samt færdigheder tilegnet i forløbet Projektstyring & Økonomi og Personlig Præsentation (Projektledelse & Kommunikation1).

**Indhold:**

Under "Kommunikation" undervises der i og arbejdes med:

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

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

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

**Læringsmål:**

Målet er at den studerende ved forløbets afslutning kan:

- Anvende relevant viden og erfaring om kommunikation og projektledelse i konkret kreativ og/eller kommerciel kontekst
- Demonstrere gode professionsfærdigheder i brief, pitch og forventningsafstemning
- Facilitere professionelle leverancer i et team med tydelig ledelse og samarbejde

- Reflektere og kommunikere selvstændigt over praktiske kommunikations- og projektledelsesmetoder i forhold til kontekst såvel som kunde, team og teamroller.

### **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 E-Kompendium** ved Suzi Lyng Hansen, Medieproduktion og Ledelse, på Moodle ca. to uger før forløbsstart.

### **Valgfri litteratur, afhængig af projektspecialisering:**

**Power i projekter & portefølje**, Olsson, Ahrengot & Attrup, Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2016, ISBN: 978-87-574-2226-9

**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

**Kreativ procesledelse – Nye veje til bedre praksis**. Obel (red.) Hersted og Laustsen, Erhvervspsykologisserien. Dansk Psykologisk Forlag, 2011, ISBN 978-87-7706-633-7

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

**Få "ja" når du forhandler – uden at give efter**, Fisher & Ury, Borgen, 1981, ISBN 87-418-5431-4

**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

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

Undervisningen forudsætter høj studieaktivitet og udpræget selvstændigt arbejde under ansvar og deadlines. Der er deltagelsespligt til alle skemalagte forelæsninger samt i forløbets projektopgave, der løses i grupper af minimum fire og maksimum fem studerende, og som skal være godkendt af underviser før indstilling til eksamen.

Moodle rummer løbende information om undervisning, opgaveafleveringer mv. Orientering via Moodle kan ikke erstatte information formidlet via undervisningen.

### Prøveform:

Forløbet afsluttes med en mundtlig eksamen, hvor den løste projektopgave og fagets pensum danner grundlag for en mundtlig og visuelt understøttet præsentation med oplæg (præsentation og pitch) samt refleksion, evaluering og konklusion over proces, produkt og værdiskabelse.

Eksamination: 55 minutter inkl. votering for grupper af fire, 65 minutter inkl. votering for grupper af fem deltagere. Bedømmelse efter 7-trinsskala med ekstern censur.

### Studieaktivitetsmodellen:

