

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

TV- og medietilrettelæggelse

Fagbeskrivelse

Efteråret 2020

Medieudvikling og medieinnovation

1. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Forløbet skal give den studerende indsigt i centrale fænomener og begreber inden for medieudvikling og medieinnovation. I tillæg til mediebrug og mediernes rolle i det danske demokrati og det danske mediesystem behandles innovationsteori. Forløbet dækker ligeledes grundlæggende teori om forretningsmodeller og værdikæder med det formål at sætte den studerende i stand til selv at anvende disse på mediebrancher eller -virksomheder. Endelig skal forløbet give den studerende indsigt i hvordan medievirksomheder kan anvende data som en del af deres beslutningsprocesser.

Forløbet indeholder også workshops i opgaveskrivning og i præsentation af data i form af figurer og grafer.

Redskaber:

Microsoft Office

24.08.2020

Egenskaber:

Lærevillighed, samarbejdsevne, kritisk tænkning, pensumstudier

Side 1 / 3

Metoder:

Forelæsninger, workshops og gruppearbejde

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Mediernes rolle i demokratiet og det danske mediesystem
- Centrale fænomener og begreber inden for medieudvikling og medieinnovation
- Medieforbruget i Danmark
- Medieøkonomi, værdikæder og forretningsmodeller

De studerende skal opnå færdigheder i:

- At anvende teoretiske modeller for værdikæder og forretningsmodeller
- At skrive opgaver i Office-programmer
- At præsentere data visuelt ved hjælp af figurer og grafer i Office-programmer

De studerende skal opnå kompetencer indenfor:

- At kunne vurdere konkrete tilfælde af medieudvikling og medieinnovation med henblik på aktivt at anvende disse i videre udvikling.

Pensumliste:

Litteratur – udleveres digitalt:

Blach-Ørsten, M., & Willig, I. (2016). "Det danske mediesystem". I: Olesen, T. (red.), *Medier, politik og samfund*. Hans Reitzels Forlag. (pp. 13-33)

Christensen, C.M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D.S. (2016). "Know Your Customers' Jobs to Be Done". *Harvard Business Review* (september 2016).
<https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done>

Doyle, G. (2013). *Understanding Media Economics*. 2. udgave. Sage. (pp. 1-18)

Kammer, A. (2018). *Digital journalistik*. Samfundslitteratur. (pp. 30-45)

Kammer, A. (upubliceret manuskript). "Layers of Datafication in the News Industry".

Lycett, M. (2013). "'Datafication': making sense of (big) data in a complex world". *European Journal of Information Systems*, 22(4), 381-386.

Ohlsson, J., & Facht, U. (2017). *Ad Wars. Digital Challenges for Ad-Financed News Media in the Nordic Countries*. Nordicom. (pp. 21-48)

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation*. (pp. 14-44)

Porter, M. (1979). "How Competitive Forces Shape Strategy". *Harvard Business Review* (marts 1979). <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy>

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.

Rienecker, L., & Jørgensen, P.S. (2014). *Den gode opgave. Håndbog i opgaveskrivning på videregående uddannelser*, 4. udgave. Samfundslitteratur. (pp. 91-104)

Roppen, J. (2014). "Media som industri". I: Bang, T., & Solvoll, M.K. (red.), *Medieøkonomi: konflikt og samspill*. Cappelen Damm.

Slots- og Kulturstyrelsen (2020). *Overblik og perspektivering 2020*. <https://mediernesudvikling.slks.dk/2020/overblik-og-perspektivering/>

Storsul, T., & Krumsvik, A.H. (2013). "What is Media Innovation?". I: Storsul, T., & Krumsvik, A.H. (red.), *Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change*. Nordicom. (pp. 13-26)

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til fagets obligatoriske forelæsninger og workshops.

Prøveform:

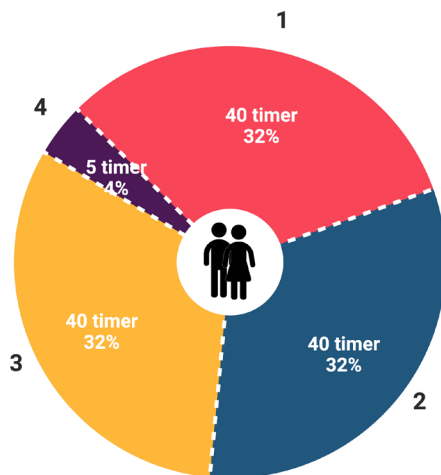
Udprøvnningen består af en skriftlig projektopgave der skal løses i grupper på tre eller fire studerende. Forløbet bedømmes som bestået/ikke-bestået, med intern censur.

Studieaktivitetsmodel

Studieaktivitetsmodellen

Medieudvikling og medieinnovation

125 timer i alt
5 ECTS points
3 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Forelæsninger, workshops, opgaver

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Opgavearbejde

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Litteratur, søgning og læsegrupper

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Spørgetime

24.08.2020

Side 3 / 3

Godkendt af BBS 2020-08-25