

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
TV- og Medietilrettelæggeruddannelsen
Fagbeskrivelse
Efteråret 2018

Cross media og projektudvikling

7. semester

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Formål:

Målet med cross media og projektudviklingsforløbet er at gøre de studerende i stand til selvstændigt at udvikle et audiovisuelt cross media projekt fra ide til færdigt forslag. Formålet er sideløbende at give de studerende en analytisk ramme og et begrebsapparat for forståelse af cross media koncepter og projektudvikling. Den analytiske tilgang skal kunne omsættes til konkret ide og konceptudvikling på området. Forløbet bygger ovenpå de studerendes grundlæggende tilrettelæggermæssige og produktionelle færdigheder ved at udvikle de studerendes evne til at inkludere cross media perspektiver og at overskue alle øvrige nødvendige arbejdsprocesser og delelementer i udviklingen af et medieprodukt. De studerendes projekter skal være af en sådan standard, at de ville kunne tilbydes den virkelige verdens produktionsselskaber, nationale eller internationale tv-stationer, organisationer, offentlige institutioner eller virksomheder og kommercielle brands.

Redskaber:

Der undervises i cross media kommunikation og storytelling, platformsforståelse og brugeradfærd og strategier for brugerinvolvering. Med henblik på forløbets projektudviklingsperspektiv indgår: ideudviklingsværktøjer; genredefinition og bestemmelse; markedsundersøgelse; kvantitative og kvalitative metoder i målgruppeundersøgelser; præsentations og pitching teknikker; projektstyringsværktøjer; budgetlægning.

Metode:

Oplæg ved underviser; master-classes med eksterne oplægsholdere; læsning og fælles gennemgang af teoretisk litteratur og artikler, casestudies og analyser, gruppediskussioner og øvelser, opgaver for konceptudvikling og pitch af løsninger. I forløbet fokuseres løbende på refleksion over undervisning og læring samt formidling af disse. Dette sker gennem mindre øvelser og opgaver for refleksion og udarbejdelse af korte tekster og essays. De studerende skal gennem forløbet sikre sig praktisk erfaring med brug af forskellige medieplatforme og de sociale medier for brugerinvolvering samt projektstyringsmetoder.

Læringsmål:

Vidensfelt

De studerende skal opnå udviklingsbaseret viden om

- begreber og modeller for analyse af cross media koncepter
- differentierede medieplatformes egenskaber og anvendelse
- Fortælle-genrer, deres definitioner og udtryk
- trends og tendenser i samfundet og hvorledes de afspejles i medieproduktioner samt mediemarkedet og dets konstante udvikling
- målgruppeanalyser og "multi screen" brugeradfærd
- digitale distributionsstrategier, broadcast versus 2-vejs kommunikation

Færdigheder

De studerende skal kunne:

- analysere konkrete cross media koncepter og medieprodukter
- udvikle strategi for brugerinvolvering
- anvende forskellige sociale medier i en cross media kontekst
- planlægge og fremføre en effektiv pitch
- udvikle koncept for en samlet cross media løsning med henblik på projektbeskrivelse og visuel præsentation og delvis realisering
- produktionsplanlægge medieproduktioner fra ide til færdig produktion
- styre produktionsprocessen af medieproduktioner fra ide til færdig produktion herunder budgettering
- udarbejde fyldestgørende projektbeskrivelser for medieproduktioner og cross media projekter, som kan danne baggrund for efterfølgende realisering af projektide
- systematisk refleksion og videndeling

Kompetencer

- De studerende skal kunne:
- anvende viden om cross media koncepter og brugerinvolvering til udvikling af indhold til flere medieplatforme: tv, web, sociale medier og mobil samt ikke digitale platforme (fx events)
- vurdere de forskellige mediers styrker og svagheder i en cross media kontekst
- se styrker og svagheder i de forskellige sociale medie platforme og anvende denne viden til valg af platforme for brugerinvolvering
- reflektere og give vidensbaseret feedback i åbne sociale vidensnetværk
- kunne formidle erfaringer og erhvervet
- overskue, planlægge og gennemføre en længerevarende produktionsproces
- iagttage trends og tendenser i samfundet og på mediemarkedet og tilpasse ideudviklingen i forhold hertil
- modtage og give feedback på kompetent og respektfuld måde.

Litteratur

- The Revenge of the Origami Unicorn, Seven principles of Transmedia Storytelling", Henry Jenkins
- Cross Media Communications, Drew Davidson (uddrag p4-28), ETC Press ISBN 978055728565
- Media Convergence, Meikle & Yong (uddrag p 80-100)
- The Principles of multimedia Journalism, Hernandez & Rue, Routledge, ISBN 9780415738153 (uddrag chap. 3)
- Virkelighedens fortællinger, Ib Bondebjerg, Forlaget samfundslitteratur, s. 95-125.
- Idéutvikling i mediehuset, Ole Hedemann, Journalistikk/IJ-forlaget, Norge
- Projektstyring i teori og praksis, Lars Krogh Jensen og Henriette Bjerreskov Dinitzen, Hans Reizels Forlag, 2011, s. 73-78 & 88-98
- Hvem spiser boller i karry, Paul Metelmann og Henriette Lungholdt, Kommuneforlaget, 2013, s. 42-42 & 72-81
- Fra skranke til Facebook, Paul Metelmann og Henriette Lungholdt, Center for offentlig Kompetenceudvikling, 2012, s. 41-75
- Grundbog i projektledelse, Hans Mikkelsen og Jens Ove Riis. Rungsted, Prodevo 2009, s. 340-348 & 508-519.
- Getting started in Transmedia Storytelling, Robert Pratten 2011, pdf

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til forelæsninger og deltagelsespligt i gruppearbejde.

Prøveform:

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Det er en forudsætning for at kunne starte på 8. semester, at forløbet er bestået.

Gennemførelse af Cross media og projektudviklingsforløbet er en forudsætning for deltagelse i det efterfølgende projektforbøb og mundtlige eksamen, hvor de studerende eksamineres i deres projekt af eksaminator og ekstern censor. Der gives karakter efter 7-trinsskalaen.

Studieaktivitetsmodel:

