

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole  
TV- og Medietilrettelæggeruddannelsen  
Fagbeskrivelse  
Foråret 2019**

**Mediekoncept udvikling**

**4. semester**

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

**Formål:**

Forløbet skal træne de studerende i at udvikle et mediekoncept fra idé til færdigt forslag. Målet med undervisningen er tosidigt. Dels skal de studerende udvikle koncepter med værdi for bruger, marked eller samfund, der adresserer og tilbyder løsninger på udfordringer i den aktuelle medievirkelighed, og samtidig skal de opnå overblik over alle elementer i udviklingsfasen og arbejdsprocessen med et mediekoncept. Ambitionen er, at der udvikles projekter og præsentationer af en kvalitet og med en nytænkning, der kunne være attraktive for aftagere i den virkelige verden.

Forløbet bygger ovenpå de studerendes grundlæggende tilrettelæggermæssige og produktionsfærdigheder ved, at udvikle de studerendes evne til, at overskue alle øvrige nødvendige arbejdsprocesser og delelementer i udviklingen af et mediekoncept.

**Redskaber:**

De studerende arbejder gennem forløbet med udvikling af et selvvalgt mediekoncept fra idé til færdigt forslag. Der kan arbejdes med flere typer af koncepter inden for såvel journalistik som kommunikation. Sideløbende hermed undervises der i metoder for målgruppeindsigter og adfærdsdesign, idéudviklingsværktøjer og metoder for konceptudvikling, projektstyring, pitch og budgetlægning.

**Metode:**

Oplæg ved underviser; master-class' med eksterne oplægsholdere; læsning og fælles gennemgang af teoretisk litteratur og artikler, casestudies og analyser, gruppediskussioner og øvelser, opgaver for analyse samt større selvstændig afsluttende konceptudviklingsopgave

**Læringsmål:**

Vidensfelt

De studerende skal opnå udviklingsbaseret viden om:

- den aktuelle medieudvikling
- konceptudviklingsmetoder
- målgruppeforståelse og brugeradfærd.
- budgetlægning og budget forståelse.
- præsentation og pitch

Færdigheder

De studerende skal kunne:

- overskue centrale arbejdsprocesser og delelementer i udviklingen af nye mediekoncepter.
- gennemføre målgruppe undersøgelser.
- gennemføre målgruppe undersøgelser.
- anvende målgruppe indsigter og brugeradfærd i konceptudviklingen.
- redegøre for mediekonceptets værdi for brugere, marked og producenter.
- anskueliggøre produktionsproces- og -omkostninger for koncept.
- udarbejde projektbeskrivelser for større mediekoncepter.
- udvikle en skriftlig pitch og en uddybende projektbeskrivelse.
- planlægge og fremføre effektiv pitch.
- varetage systematisk refleksion og feedback.

### Kompetencer

De studerende skal kunne:

- anvende viden om målgrupper og brugeradfærd i konceptudvikling.
- benytte konceptudviklingsmetoder og ideudviklingsværktøjer til innovation og udvikling af nye koncepter.
- Indtænke forretningsmodeller og markedsforhold i udvikling af mediekoncepter.
- præsentere og pitch ideer for interessenter.
- reflektere over egen praksis.

### **Litteratur – med forbehold for ændringer/tilføjelser**

- Projektstyring i teori og praksis, Lars Krogh Jensen og Henriette Bjerreskov Dinitzen, Hans Reizels Forlag, 2011, s. 73 – 78 & 88-98
- Idéutvikling i mediehuset, Ole Hedemann, Journalistikk/IJ-forlaget Norge
- Grundbog i projektledelse, Hans Mikkelsen og Jens Ove Riis, Rungsted, Provevo 2009, s. 340 – 348 & 508 – 519

### **Mødepligt/deltagelsespligt:**

Der er mødepligt til forelæsninger og deltagelsespligt i gruppearbejde.

### **Prøveform:**

Ved afslutningen af forløbet afleverer de studerende gruppevis en audiovisuel og skriftlig præsentation af deres udviklede mediekoncept. Forløbet bedømmes med bestået/ikke-bestået, intern censur. 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 i praktik på 5. semester, at alle moduler/forløb på 4. semester er godkendt/bestået.

## Studieaktivitetsmodel:

