

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Kommunikationsuddannelsen**  
**Fagbeskrivelse**  
**Cross Media**

**5. semester**

**Varighed: 5 ECTS**

**Formål:**

Den studerende skal opnå forståelse for, hvordan virksomheder kan kommunikere sammenhængende på tværs af flere medieplatforme og kontaktpunkter. Forløbet fokuserer på, hvordan budskaber kan kombineres på tværs, når virksomheder er til stede på flere medier og derved udnytte mediernes forskellige styrker på den bedst mulig måde. De studerende øves i at analysere og vurdere virksomheder og organisationers tilstedeværelse på tværs af flere kontaktpunkter, for dermed at kunne bestemme, hvordan en afsender udnytter hvert kontaktpunkt optimalt og samtidig sikre sammenhæng. Gennem praksisnære metoder, workflows og professionsrelevante cases skal de studerende lære at folde budskaber og narrativer ud på tværs af flere medieplatforme.

**Metoder:**

Undervisningen er baseret på forelæsninger, gruppearbejde og workshops, der bliver fulgt op med diskussion eller opgaver med tilknytning til forelæsningsindhold. Udvalgte opgaveløsninger bliver efterfølgende præsenteret, og de studerende giver og modtager indbyrdes feedback på øvelserne.

**Læringsmål:**

De studerende skal efter forløbet:

**Viden:**

- Have viden om, hvad cross media er, hvordan det anvendes og hvad det anvendes til
- Definere relevante målgrupper og analysere problemstillinger mellem afsender- og modtagerroller på tværs af forskellige medier og kontaktpunkter

**Færdigheder:**

- Have færdigheder i at identificere og udvælge relevante medieplatforme
- Have færdigheder i at skabe specifikt indhold til forskellige medieplatforme

**Kompetencer:**

- Have kompetencer i, hvordan man sikrer kommunikativ sammenhæng, når flere medier og kontaktpunkter er i spil

**Litteratur:**

Davidson, Drew et al.: *Cross Media Communication: an Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*. ETC Press, 2010.

Kotler, Philip: *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. Wiley, 1. udgave, 2010.

Sumner, Phil: *Understanding Cross Media Reach*. [www.Nielsen.com](http://www.nielsen.com/ie/en/insights/news/2017/understanding-cross-media-reach-new-learning-and-perspectives.html), online article, 2017.  
<http://www.nielsen.com/ie/en/insights/news/2017/understanding-cross-media-reach-new-learning-and-perspectives.html>

### Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning – fremgår af program. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

### Prøveform:

Forløbet bedømmes efter 7-trinsskalaen, intern censur. For at deltage i forløbets afsluttende opgave skal forløbets øvrige opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Den afsluttende eksamen er en skriftlig opgave, der bedømmes individuelt.

### Studieaktivitetsmodel:

