

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efterår 2019

Kreativitet og ideudvikling

4. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Forløbet "Kreativitet og Ideudvikling" har til formål at indføre de studerende i kreativitet som et essentielt værktøj til udviklingen af effektiv og relevant kommunikation. De studerende får indsigt i centrale teorier om kreativ tænkning samt metoder og teknikker til ideudvikling. Der undervises i centrale præmisser for at kunne udnytte kreative kompetencer med henblik på at gennemføre en kreativ proces fra idé til muligheder og til endelig løsning. Der analyseres på kreativ kommunikation og konceptudvikling i teori og praksis, for derigennem at kunne skabe relevante og kreative kommunikationsløsninger.

Metoder:

Undervisningen er baseret på forelæsninger, gruppearbejde og workshops, der bliver fulgt op med diskussion eller af opgaver med tilknytning til forelæsningsindhold. Udvalgte opgaveløsninger bliver efterfølgende præsenteret, og de studerende giver og modtager indbyrdes feedback på øvelserne. Underviseren præsenterer metoder og teknikker til brug i kreativ tænkning med henblik på at bruge disse i en ideudviklingsproces. Forståelsen for det kreative mindset er således udgangspunktet for, at de studerende kan arbejde metodisk med ide- og konceptudvikling.

Læringsmål:

De studerende skal efter forløbet kunne:

Viden:

- Definere og forstå hvad kreativitet og et koncept er
- Identificere, beskrive og skabe sammenhænge mellem idé, koncept og løsning
- Forstå grundbegreberne inden for kreativ tænkning

Færdigheder:

- Arbejde systematisk og metodisk med idéudvikling
- Have færdigheder i at kunne gennemføre en kreativ proces fra idé til løsning
- Have færdigheder i at vurdere en idé's muligheder og potentiale

Kompetencer:

- Have kompetencer i at arbejde med teknikker til ide- og konceptudvikling
- Have kompetencer i at omsætte ide/koncept til en konkret løsning

Litteratur:

Nielsen, Dorte & Thurber, Sarah: **The secret of the highly creative thinker - how to make connections others don't.** BIS Publishing, 2016.

Søren Merit, Trine Nielsen: **Vinderkoncepter – brugerrevet innovation og forretningsudvikling**. Børsens Forlag, 2006. Udvalgte kapitler (pdf)

Nielsen, Ditte & Basballe, Pernille: **Kreativitetskommunikation - et strategisk innovationsværktøj**. Hans Reitzels Forlag, 2010. Kap 1 (pdf)

Robinson, Sir Ken: Out of our mind – learning to be creative. Capstone Publishing Ltd, 2001, 2011. Kap. 6 "Being Creative" s. 139-166.

Lindstrøm, Martin: Small Data – de små spor der afslører store trends. Gyldendal Business, 2016 (1. udgave, 1. oplag). "Indledning" s. 11-26.

Mødepligt/deltagelsespligt:

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

Prøveform:

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. Forløbet udprøves gennem et antal obligatoriske præsentationsopgaver, hvortil der gives og modtages feedback til egen og andres indsats. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Studieaktivitetsmodel:

