

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efterår 2018

7. semester

Innovativt projektarbejde

Varighed: 4 uger (10 ECTS)

Formål:

De studerende indføres og får indsigt i centrale teorier om entrepreneurship, projektledelse og innovations- og konceptudvikling. Der undervises i centrale præmisser for entreprenørskab og kreativ idé-/konceptudvikling med henblik på at kunne projektledende fra idé til muligheder og eksekvering. Der analyseres på entrepreneurship og konceptudvikling i teori og praksis, for derigennem at kunne gennemføre et innovativt projektarbejde, der resulterer i konkrete, nye kommunikationsløsninger.

Metoder:

Undervisningen er baseret på forelæsninger, der bliver fulgt op med diskussion eller af opgaver med tilknytning til forelæsningsens indhold. Udvalgte opgaveløsninger bliver efterfølgende præsenteret, og de studerende giver og modtager indbyrdes feedback på øvelserne. Derudover er der indlagt tid til selvstændigt projektarbejde hen mod den afsluttende prøveopgave for ekstern partner.

Læringsmål:

De studerende skal efter forløbet kunne:

- Definere og forstå hvad kreativitet er
- Identificere, beskrive og skabe sammenhænge mellem idé, mulighed og løsning
- Arbejde systematisk med idéudvikling
- Forstå grundbegreberne i innovation og entrepreneurship
- Have viden og kompetencer i at arbejde med en forretningsmodel
- Arbejde med kreativ og innovativ kommunikation
- Kunne udarbejde en kommunikationsløsning på baggrund af et kreativt/innovativt koncept.

Litteratur:

Münster, Morten: **Jytte fra marketing er desværre gået for I dag**. Gyldendal Business, 2017. 1. udgave, oplag 17.

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur: **Business Model Generation**. John Wiley & Sons, Inc., 2010.

Tilgængelig som pdf i Moodle:

Suna Løwe Nielsen, Kim Klyver, Majbritt Evald, Torben Bager: **Entreprenørskab i teori og praksis – paradokser i spil**. Syddansk Universitetsforlag, 2012.

Erik Lerdahl: **Slagkraft – en håndbok i idéutvikling**. Gyldendal Akademisk, 2007.

Klaus Holst Kristensen, Kristian Philipsen, Pia Petersen: **Innovation C**. Nyt Teknisk Forlag, 2012.

Søren Merit, Trine Nielsen: **Vinderkoncepter – brugerdrevet innovation og forretningsudvikling**. Børsens Forlag, 2006.

Nielsen, Ditte & Basballe, Pernille: **Kreativitetskommunikation - et strategisk innovationsværktøj**. Hans Reitzels Forlag, 2010.

Henriette Divert Andersen, John Pedersen: **Projektorganisering. Børsen Ledelseshåndbøger**. Børsen Forum A/S, 2000.

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 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 opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Den afsluttende opgave udarbejdes i grupper af 4-5 studerende. Den afsluttende opgave bedømmes ved en 15 minutters præsentation og skriftlig feedback.

Studieaktivitetsmodel:

