

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
VK - Interaktivt Design
Fagbeskrivelse
Forår 2019

4. semester

Forløb: Kommunikationsteori og interaktivt kommunikationsprojekt

Belastning: 5 ECTS

Formål

Den studerende trænes i at analysere en problemstilling og træffe strategiske valg i forhold til markedet, positionering, budskab, målgrupper, afsender og brugerscenarier, samt at argumentere for valgene og kommunikationsløsningen. Projektets formål er at den studerende oparbejder rutine i at identificere, udtænke, beskrive, tilrettelægge og udvikle kreative kommunikationsløsninger inden for interaktivt design og motion graphic design, der afhjælper konkrete problemstillinger. Forløbet afsluttes med en opgave, der løses individuelt eller i grupper og skal forsvares ved en mundtlig eksamen.

Modulets centrale fagelementer er:

- Kommunikationsteori
- Idegenerering
- Konzeptudvikling

De studerende skal:

- Arbejde med research og analyse af problemstillinger inden for interaktivt design og motion graphic
- Udarbejde en rapport og kreativ brief til interaktivt kommunikationsprojekt
- Designe kommunikationsprojekt på baggrund af kreativ brief

Egenskaber

Arbejdsdisciplin, selvstudier, åbenhed, nysgerrighed, research-villighed, forestillingsevne, planlægningssevne, kreativitet.

Metoder

Forløbet er en kombination af forelæsninger, holdundervisning og selvstudium. Opgaver løses individuelt. I forløbet lægges der vægt på analyse og konceptudvikling. Skriftlig formidling i kommunikationsrapport og praktisk udførsel af kommunikationsprodukt individuelt udviklet på baggrund af opgave udviklet af skolen.

Redskaber

Grafisk design, softwarekendskab, teknologiforståelse, brugervenlighed, wireframing, prototyping, mundtlig argumentation, præsentationsteknik, branding og kommunikationsteori.

Læringsmål:

Efter forløbet skal de studerende have indsigt i og viden om:

- Viden om kommunikationsteori og inddrage relevante data og research i konceptudvikling.

kunne

- træffe strategiske valg i forhold til markedet, positionering, budskab, målgrupper, afsender og brugerscenarier
- Indtænke og inddrage af eksterne data samt metoder til deling af egne data
- Visualisere et koncept for en designløsning gennem statiske og/eller dynamiske prototyper

Læremidler

Bøger

- *Reklamekampagnen* af Ole E. Andersen

Online-tutorials:

- Lynda.com

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform

30 minutters mundtlig eksamen, inkl. votering, (+10 minutter pr. person v. gruppeeksamen, max. 4 personer) på baggrund af en individuel rapport og tilhørende kommunikationsløsninger inden for et givent problemfelt. Opgaven bedømmes efter 7-trinsskalaen, ekstern censur. For at deltage i eksamen skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Studieaktivitetsmodel:

