

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – studieretning: Kreativ Kommunikation
Fagbeskrivelse
Efterår 2018

3. semester

Forløb: Cross Media

Varighed: 10 ECTS

Formål

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at skabe medieafhængige kommunikationsløsninger og reklamekampagner på tværs af forskellige medietyper.

Den studerende skal opleve samarbejde med andre fagligheder og derigennem opøve bevidsthed om egne faglige styrker og begrænsninger samt respekt for andres faglighed. Den studerende skal opøve evnen til kort, velargumenteret og pædagogisk at beskrive ideer og kunne producere overbevisende case videos til brug i præsentationer og konkurrencer.

Modulets centrale fagelementer er:

- Medieafhængige kampagner
- Manuskriptskrivning, idébeskrivelser og storyboards
- Case videos
- Konkurrencer

De studerende skal:

- arbejde med at tilegne sig håndværksmæssige færdigheder (brug af relevant software)
- arbejde med evnen til at udvikle idéer til de forskellige medietyper og ha' kendskab til sammenhængen mellem medietyperne
- arbejde med manuskriptskrivning og idébeskrivelser
- arbejde med at udvikle overordnede kampagnestrategier
- arbejde med produktion af case videos
- deltage i relevante konkurrencer

Læringsmål

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

- Udarbejdelse af tværmedielle reklamekampagner
- manuskriptskrivning og idébeskrivelser
- Produktion af case videos
- Idégenerering til og deltagelse i konkurrencer

kunne

- anvende software til udarbejdelse af løsninger
- arbejde på tværs af medietyper
- udarbejde overordnede reklamekoncepter
- producere case videos

Redskaber

Analyse, idégenerering, skitseteknik, case studies.

Egenskaber

Overblik, kreativitet, strategisk tænkning, medieafhængighed, åbenhed.

Metoder

Forløbet er en kombination af forelæsninger, casestudies, holdundervisning, selvstudium, gruppearbejde, løsning af øvelser og opgaver. Opgaver og øvelser løses i grupper. I forløbet lægges der vægt på analyse og refleksion og feedback på egne og andres produkter og proces. Forløbet er delvist samlæst med FK.

Litteratur

Luke Sullivan, Hey Whipple Squeeze This, 2003

Pete Barry, The Advertising Concept Book/Edition 2, 2012

Clare McNally, Portfolio Class With Clare :-), 2008

Online: Concept Maker app

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde og opgavegennemgange. Alle stillede opgaver skal afleveres.

Prøveform

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået. 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.

STUDIEAKTIVITETSMODEL

