

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – studieretning: Kreativ Kommunikation
Fagbeskrivelse
Efterår 2016

3. semester

Forløb: Reklamefilm (tidligere: TV Concepts)

Varighed: 5 ECTS

Formål

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at løse kommunikationsopgaver, der har film som bærende element. Den studerende skal have indsigt i både de grundlæggende dramaturgiske værktøjer og principper, herunder etablering af konfliktbaserede historiefortællinger, og de udviklingsmæssige og produktionsmæssige processer og værktøjer, samt den praktiske udførelse.

Forløbets centrale fagelementer er:

- Filmhistorie
- Dramaturgi
- Manuskriptskrivning
- Idé- og konceptudvikling til reklamefilm
- Redigering
- Storyboard
- Lyddesign
- Lyssætning
- Filmfotografering
- Produktion af levende billeder

De studerende skal:

- udvikle en forståelse for forskellige kommunikationskanalers egenskaber
- arbejde med idégenerering til reklamefilm
- arbejde med dramaturgi og andre filmtekniske virkemidler, herunder samspil mellem lyd og billede
- arbejde med manuskriptforfatning og udarbejdelse af storyboards
- arbejde med art direction til reklamefilm
- arbejde med at tilegne sig håndværksmæssige færdigheder, brug af relevant software, klippeteknik, lyddesign, kamerabrug, lyssætning.

Læringsmål

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

- Filmteknisk terminologi, dramaturgi og storytelling
- Idé- og konceptudvikling til reklamefilm
- Premiere Pro
- Filmtekniske virkemidler (lyssætning, klipning, lyddesign, filmfotografi)
- Produktion af levende billeder

kunne

- udarbejde idéer til reklamefilm
- indgå i produktionen af en reklamefilm
- anvende relevant software til udarbejdelse af løsninger
- anvende relevant udstyr til udarbejdelse af løsninger

Redskaber

Analyse, idégenerering til reklamefilm, skitsering, manuskriptforfatning, dramaturgi.

Egenskaber

Strategisk tænkning, opfindsomhed, projektstyring, sans for detaljen.

Metoder

Forløbet er en kombination af forelæsninger, holdundervisning, casestudies, 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.

Litteratur

Walter Murch, In the Blink of an Eye, 2001

Luke Sullivan, Hey Whipple Squeeze This, 2003

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

Annetta Hejlsted: "Fiktionens genrer, teori og analyse", 1. udgave 2012, Forlaget Samfundslitteratur. Side 20-22, 71-73, 191-196

Thomas Thura: "Tekstanalyse og litterær metode", 1. udgave 2010, Gyldendal. Side 76-103
Virkemidler I reklame, film og kunstbilleder, Jørn Ingemann Knudsen, 2010, Systime

Online:

Lynda: Premiere Pro CC Essential Training

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

