

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
VK - Kreativ Kommunikation
Fagbeskrivelse
Forår 2019

4. semester

Integrerede kampagner

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Formål

Den studerende skal arbejde med strategiske og kreative problemstillinger gennem udvikling af integreret kommunikation, hvor en overordnet strategi og ide eksekveres i relevante medier på disses præmisser. I forløbet lærer den studerende at sammensætte budskab og medievalg til en original og relevant integreret kampagne

Modulets centrale fagelementer er:

- Strategisk tænkning
- Løsning af komplekse problemstillinger
- Konzeptudvikling & idégenerering
- Art direction
- Tekstforfatning
- Færdiggørelse af kampagner

De studerende skal:

- Arbejde med at udvikle en overordnet strategi
- Arbejde med at skabe flermedielle kampagnekoncepter
- Udvikle evnen til at vælge relevante medieplatforme
- Arbejde med evnen til at skabe et overordnet kampagnedesign
- Færdiggøre en kampagne til levering til kunde

Læringsmål

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

- Udarbejdelse af integrerede reklamekoncepter på tværs af flere medieplatforme.
- Udarbejdelse af kommunikation funderet i et brands DNA.
- Udarbejdelse af kommunikation med gennemgående art direction og tone of voice.
- Strategisk og kreativt valg af medier

kunne

- anvende relevant software til udarbejdelse af løsninger
- arbejde uafhængigt på tværs af medietyper
- løse komplekse kommunikationsløsninger
- udarbejde overordnede reklamekoncepter og reklamestrategier

Redskaber

Analyse, idégenerering, skitseteknik, case studies.

Egenskaber

Overblik, omhu, originalitet

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.

Litteratur

Luke Sullivan, Hey Whipple Squeeze This, 2003

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

Dorte Nielsen, Idebogen, 2001

Katrine Granholm, Tine Kej & Dorte Nielsen, Grundbog for Art Directors, 2010

Clare McNally, Porfolio Class With Clare, 2008

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

