

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Visuel Kommunikation – studieretning: Kreativ Kommunikation**  
**Fagbeskrivelse**  
**Efterår 2017**

**3. semester**

**Forløb: Storytelling (tidligere Reklamefilm)**

**Varighed: 5 ECTS**

**Formål**

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at løse kommunikationsopgaver, der benytter sig filmmediet fra idé til færdigt produkt.

Forløbets centrale fagelementer er:

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

De studerende skal:

- arbejde med dramaturgi, storytelling og andre filmiske virkemidlerarbejde med idégenerering til reklamefilm
- arbejde med manuskriptskrivning 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.)
- udvikle forståelse for egenskaberne ved TV samt digitale og sociale distributionskanaler for levende billeder.

**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 hardware 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

Annemette 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

