

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

3. semester

Forløb: Story Doing I (tidligere Digitale Koncepter 1)

Varighed: 5 ECTS

Formål

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at håndtere moderne kommunikationsopgaver der bygger på et brands' aktive handlinger mere end passive kommunikationsformer. Den studerende skal tilegne sig forståelse for udviklingen i den digitale og sociale medieverden og for de muligheder og fordele der kan opnås gennem brugen af aktiv handling, sociale medier og viral markedsføring.

Forløbets centrale fagelementer er:

- Content creation
- Konzeptudvikling
- Sociale medier
- Viral markedsføring
- Oplevelsesdesign
- Digitale kampagner

De studerende skal:

- arbejde med at idéudvikle konkrete tiltag med udgangspunkt i et givent brands særlige kendetegn
- arbejde med at tilegne sig en forståelse for de sociale medieplatformes egenskaber og økosystem
- arbejde med at udvikle evnen til at generere idéer
- arbejde med at digitale designforhold
- arbejde med brugerinvolvering

Læringsmål

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

- Produkt- og eventudvikling
- Sociale medier
- Viral markedsføring
- Digitale tendenser
- Idégenerering til digitale medier
- præsentation af digitale koncepter

kunne

- formulere brands særlige kendetegn
- anvende software til udarbejdelse af løsninger
- udarbejde idéer til digitale kampagner
- udarbejde skitser og designvarianter

Redskaber

Analyse, idégenerering til digitale medier, layout, storyboard, flow, udarbejdelse af designvarianter/løsningsforslag.

Egenskaber

Nysgerrighed, forståelse for mediet, entreprenørskab.

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

Peter Thiel, Zero to One, 2014

Mike Brandt, Welcome To The Advertisingawesomeness: Forget The Product. Forget The Idea.

Forget The Campaign, 2015

Seth Godin, Poke The Box, 2015

Clayton Christensen, The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, 2016

Jeremy Rifkin, The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism, 2015

Online:

Lynda: Premiere Pro CC Essential Training

Lynda: After Effects CC Essential Training

designkit.org

designresearchtechniques.com

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

