

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

3. semester

Forløb: Digitale Koncepter II (forløbet undervises delvis på engelsk)

Varighed: 5 ECTS

Formål

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at skabe digitale koncepter og kampagner til viral distribution på sociale platforme og omtale i redigerede medier, herunder udnyttelsen af de mobile og sociale mediers unikke egenskaber, og de redaktionelle principper, der driver omtale i redigerede medier.

Den studerende skal endvidere lære at orkestrere samspillet mellem afsenders budskaber og virkemidler i owned, paid og earned media.

Modulets centrale fagelementer er:

- Redaktionelle principper og kriterier
- Sociale platforme, forbrugeradfærd og tekniske egenskaber.
- Events, fysiske som mediale
- Content creation
- Digitale kampagner

De studerende skal:

- arbejde med de journalistiske væsentlighedskriterier
- arbejde med at tilegne sig en forståelse for de sociale platformes særlige egenskaber.
- arbejde med at udvikle evnen til at generere idéer.
- arbejde med brugerinvolvering
- arbejde med at skabe kampagner på tværs af owned, paid og earned media

Læringsmål

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

- redaktionelle principper
- sociale medier
- idégenerering til events og content creation
- præsentation af sociale kampagner

kunne

- anvende software til udarbejdelse af løsninger
- udarbejde idéer til digitale kampagner
- udarbejde skitser og designvarianter (prototypes)

Redskaber

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

Egenskaber

Nysgerrighed, villighed til at arbejde med detaljen, forståelse for social kapital, forståelse for redaktionel faglighed.

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

Mike Brandt, Welcome To The Advertisingawesomeness: Forget The Product. Forget The Idea. Forget The Campaign, 2015

Seth Godin: What to do when it's your turn, 2014

Online:

Lynda: Premiere Pro CC Essential Training

Lynda: After Effects CC Essential Training

Concept Maker app

POP app

andjelicaaa.com

digiday.com

glossy.co

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

