

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Visuel Kommunikation – studieretning: Kreativ Kommunikation**  
**Fagbeskrivelse**  
**Efterår 2018**

**3. semester**

**Forløb: Story Doing II**

**Varighed: 5 ECTS**

**Formål**

Den studerende skal kende, forstå og anvende de metoder og principper der knytter sig til at strukturere og håndtere omtaledrevet kommunikation, herunder PR og sociale medier. Den studerende skal have indsigt i journalistisk arbejdsmetode og kunne udvikle koncepter, der genererer pressedækning samt forstå de drivende mekanismer bag spredning af budskaber og omtale på sociale medier.

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

Modulets centrale fagelementer er:

- Redaktionelle principper og kriterier
- Adfærd på sociale medier
- Konzeptudvikling
- Content creation

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 storydoing 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

