

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Uddannelsen Visuel Kommunikation, studieretningen Kreativ Kommunikation

Fagbeskrivelse
Forår 2022
Kommunikationsteori og kommunikationsprojekt

4. semester

Varighed: 10 ECTS

Formål:

Den studerende lærer nuancerne ved at kommunikere igennem forskellige medier. Den studerende trænes i at analysere en problemstilling og træffe strategiske valg i forhold til markedet, positionering, budskab, målgrupper og afsender, samt at argumentere for valgene og kommunikationsløsningen.

Resultatet udmøntes i en kreativ kommunikationsopgave.

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Refleksiv praksislæring i en kombination af forelæsninger, selvstudium, gruppearbejde, løsning af opgave samt vejledning. Forløbets opgave løses i selvvalgte grupper af 2 eller individuelt.

Læringsmål

De studerende skal opnå viden om:

- Research
- Positionering
- Målgruppeanalyse og -valg
- Medieinstrumentalitet
- Kreativ Strategi
- Idé- og konceptudvikling
- Tværmedielle kampagner

De studerende skal opnå færdigheder i:

- At arbejde struktureret med målgrupper
- At arbejde struktureret med mærkeværdier
- At arbejde struktureret med medievalg og strategi
- At formulere kreativ brief på baggrund af egen research
- Faglig argumentation
- At opbygge præsentationer

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- At arbejde struktureret med målgrupper
- At arbejde struktureret med mærkeværdier
- At arbejde struktureret med medievalg og strategi
- At formulere kreativ brief på baggrund af egen research

Læremidler:

Ole E. Andersen. Reklamekampagnen. Grafisk Litteratur 2010.
 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, Portfolio Class With Clare, 2008

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Alle stillede opgaver skal afleveres.

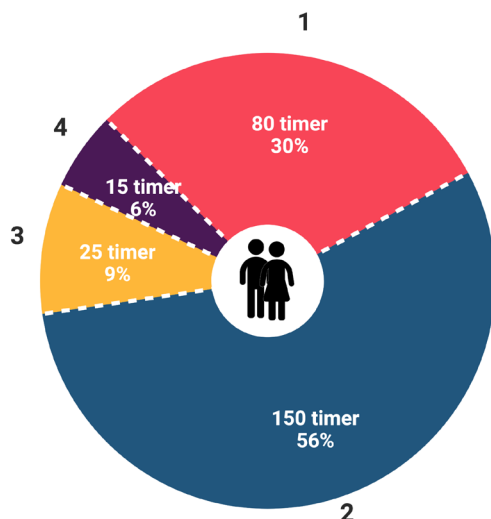
Prøveform:

30 minutters mundtlig eksamen (inkl. votering) på baggrund af en skriftlig afleveret opgave, hvor den studerende skal dokumentere sin kompetence til selvstændigt at løse opgaver indenfor konceptudvikling og integreret kommunikation. Der gives en samlet bedømmelse efter 7-trinsskalaen med ekstern censur.

Studieaktivitetsmodellen

Kommunikationsteori og kommunikationsprojekt

270 timer i alt
 10 ECTS points



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Forelæsninger, vejledninger eksamen.

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Selvstændigt arbejde med eksamensopgave

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Egen opsamling på gruppe- eller individuelt arbejde. Inspirationsøgning.

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Inspirationsøgning