

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

Fagbeskrivelse
Forår 2022
Integreret Kommunikation

4. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Den studerende skal arbejde med strategiske og kreative problemstillinger gennem udvikling af integreret kommunikation, hvor en overordnet strategi og ide eksekveres i relevante medier på disses præmisser. I forløbet lærer den studerende at sammensætte budskab og medievalg til en original og relevant integreret kampagne

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Refleksiv praksislæring i en kombination af forelæsninger, selvstudium, gruppearbejde, løsning af øvelse og opgave samt vejledning og diskussioner. Forløbets opgave løses i selvvalgte grupper. Der reflekteres løbende individuelt og i grupper over proces.

Læringsmål

De studerende skal opnå viden om:

- Integrerede reklamekoncepter på tværs af flere medieplatforme
- Kommunikation funderet i et brands DNA
- Kommunikation med gennemgående art direction og tone of voice
- Strategisk og kreativt valg af medier

De studerende skal opnå færdigheder i:

- At udarbejde integrerede reklamekoncepter på tværs af flere medieplatforme
- At udarbejde kommunikation funderet i et brands DNA
- At udarbejde kommunikation med gennemgående art direction og tone of voice
- Strategisk og kreativt valg af medier

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- arbejde uafhængigt på tværs af medietyper
- løse komplekse kommunikationsløsninger

- udarbejde overordnede reklamekoncepter og reklamestrategier

Læremidler:

Luke Sullivan, Hey Whipple Squeeze This, 2003

Pete Barry, The Advertising Concept Book/Edition 2, 2012

Clare McNally, Portfolio Class With Clare, 2008

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i gruppearbejde og opgavegennemgange. Alle stillede opgaver skal afleveres.

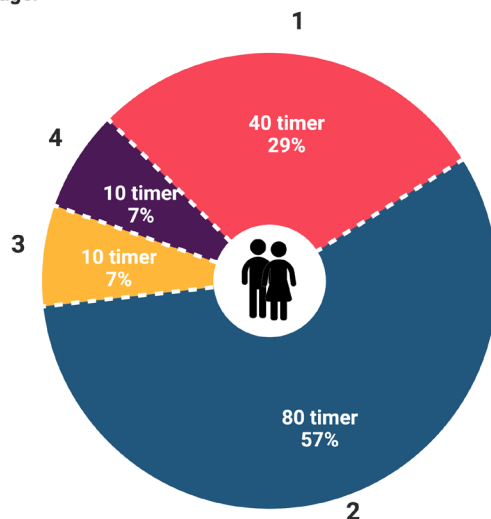
Prøveform

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.

Studieaktivitetsmodellen

Integrerede kampagner

140 timer i alt
5 ECTS points
3 uger



Kategori 1

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

Forelæsninger, vejledning, præsentationer

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 opgave

Kategori 3

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

Research, egen opsamling på proces

Kategori 4

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

Inspirationssøgning,