

Mediekommunikation Efterår 2010

Modul 11

Kommunikation og Koncept – 10377-2

Målsætning

Den studerende får et generelt indblik i mediebranchen lige nu, viden om hvordan det påvirker den måde man skal udvikle medierne på og lærer

- metoder til praktisk idéudvikling i dagligdagen
- at omsætte idéer til holdbare koncepter
- at blive bedre til at formidle et budskab enkelt

Fagets hovedelementer

Denne viden sættes i relation til virksomheders konkrete kommunikationsproblemstillinger hvor branding, corporate communication, reklamer og anden markedskommunikation påvirker de aktive og søgende brugeres identitet og image. Faget sigter på at give både en teoretisk kompetence og en evne til at vurdere og vælge kritisk i værktøjskassen.

Forløbet omfatter 1 workshop. Arbejdet i workshoppen er intensivt og går over 2 dage på fuld tid. Der arbejdes med praktiske problemstillinger (eks. cases), hvor de studerende på baggrund af forberedt deltagelse veksler mellem at arbejde med forelæsnings, analyser, planlægning, fremlæggelser og diskussion. Der vælges en aktuell problemstilling hvor centrale aktører inviteres til at komme med indlæg samt kommentere på de studerendes arbejde.

Derudover arbejdes med **modtagerkommunikation** og brug af medier her bygges på teorier om forbrugere, kommunikationsbrug i et modtagerperspektiv. Emotionelle og kognitive aspekter indgår centralt ligesom viden om målgrupper. **Indhold og medier**, fokuserer på hvilket indhold, der kan kommunikeres med i hvilke medier, og hvordan effektiviteten kan måles. **Udviklingen i branchen**. Mediebranchen i særdeleshed aviser står i disse år overfor gigantiske udfordringer. Oplagene styrtdykker og tvinger de store mediehuse til at tænke alternativt. Hvad betyder det for indholdet og de koncepter der udvikles?

Modulansvarlig Suzanne Moll har været reporter på TV Avisen og programudvikler og studievært på DR2's bogprogram, Bestseller. I 2001 blev hun indlandsredaktør/souschef på TV Avisen, og i 2006 blev hun chef for DR's regionalradio Københavns Radio. I oktober 2006 blev hun ansat som nyhedschef på TV 2 Radio. Efter TV 2 Radios lukning i 2008 blev hun chefredaktør for B.T.

Underviser Trine Nielsen har arbejdet i mediebranchen siden 1992 på Politiken, Det Berlingske Officin, DR og nu KODA. Derudover er hun uddannet som Cand. Scient. Pol fra København, MA i Communication Technology fra Sydney og Master of Media Management med ophold i USA og på Insead. Trines primære fokus har været at forstå hvordan kundebehov, sociologiske bevægelser i samfundet og markedstrends kan omsættes til gode forretnings idéer og nye mediekoncepter.

Litteratur og pensum

Alle undervisningsmaterialer er inkluderet i prisen og udleveres på undervisningsdage.

Undervisningen foregår i København

2 dages internat:

1. - 2. september 2010

Fra torsdag kl. 09:30 – fredag kl. 16:00

3 enkelte undervisningsdage:

27. september, 25. oktober og 22. november 2010

Eksamen:

6. december 2010

Eksamensform

Eksamensopgaven udsendes ca. 1 uge før eksamensdatoen. Løsningen indsendes elektronisk og medbringes i print på selve eksamensdagen, hvor du mundtligt skal forsvare den.

