

STUDIEORDNING

**DIPLOMUDDANNELSE I
DIGITAL JOURNALISTIK**

**UDDANNELSESRETNING:
SOCIAL MEDIA MANAGEMENT**

SEPTEMBER 2013

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INDLEDNING.....	4
2. UDDANNELSENS FORMÅL.....	4
3. UDDANNELSENS VARIGHED	5
4. UDDANNELSENS TITEL.....	5
5. ADGANGSKRAV	5
6. UDDANNELSENS MÅL FOR LÆRINGSUDBYTTE, STRUKTUR OG INDHOLD.....	5
6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	5
6.2 Uddannelsens struktur	7
7. AFGANGSPROJEKT	7
7.1 Læringsmål for afgangprojekt.....	7
7.2 Udarbejdelse af afgangprojekt	8
8. UDDANNELSENS PÆDAGOGISKE TILRETTELÆGGELSE.....	8
8.1 Undervisnings- og arbejdsformer	8
8.2 Evaluering	9
9. PRØVER OG BEDØMMELSE.....	9
9.1 Tilmelding til eksamener.....	9
9.2 Sygdom.....	9
9.3 Gruppeeksamen	10
9.4 Krav vedr. deltagelse i eksamener.....	10
9.5 Eksamensreglement om afholdelse af prøver.....	10
9.6 Framelding af eksamen	10
10. MERIT	10
11. CENSORKORPS.....	11
12. STUDIEVEJLEDNING.....	11
13. KLAGER OG DISPENSATION.....	11
14. OVERGANGSORDNINGER.....	12
15. RETSGRUNDLAG.....	12
BILAG 1 OBLIGATORISKE MODULER.....	14
Ob1) Professionel profil i sociale medier (10 ECTS).....	14
BILAG 2 VALGFRIE MODULER.....	16
Vf1) Brugerdrevet udvikling af digitalt medieindhold (10 ECTS).....	16
Vf2) Sådan læser vi på print, web og mobil (5 ECTS).....	17
Vf3) Medarbejderne som strategiske kommunikatører (5 ECTS).....	17
Vf4) Smart webstrategi (10 ECTS).....	19
Vf5) Fortæl historien visuelt (10 ECTS)	19
Vf6) Nye videoformater på web og mobile platforme (5 ECTS).....	20
Vf7) Video i virksomhedens kommunikation (10 ECTS).....	21
Vf8) Agil projektledelse – styr dine medieprojekter effektivt (5 ECTS).....	21
Vf9) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS).....	22
Vf10) Procesledelse (5 ECTS).....	23
Vf11) Fortæl historien (10 ECTS).....	24
Vf12) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS).....	25
Vf13) Styrk kommentarsporet: Moderation på sociale medier (5 ECTS).....	25
Vf14) Creative Media Management (10 ECTS)	26
Vf15) Media Connectivity – nå brugerne med smart indhold (5 ECTS)	27
Vf16) Podcast for professionelle (10 ECTS).....	28
Vf17) AI for journalister (10 ECTS)	28
Vf18) Den perfekte videofortælling (10 ECTS).....	29
Vf19) Digital lokaljournalistik – nye formater og forretningsmodeller (5 ECTS)	30

BILAG 3 UDDANNELSESRETNING I SOCIAL MEDIA MANAGEMENT	32
Ob1) Professionel profil i sociale medier (10 ECTS)	34
Ob2) I samspil med brugerne (10 ECTS).....	34
Rm1) Sociale medier i strategi og kommunikation (10 ECTS).....	35
Rm2) Indhold på sociale medier (10 ECTS).....	36
Rm3) Effektmåling og annoncering på sociale medier (5 ECTS)	37
BILAG 4 - OVERSIGT OVER MODULER OG PRØVEFORMER.....	38

1. Indledning

Diplomuddannelsen i digital journalistik er en erhvervsrettet videregående uddannelse udbudt efter lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven) og efter bestemmelserne om tilrettelæggelse af deltidsuddannelser i lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v. Uddannelsen er omfattet af reglerne i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Uddannelsen hører under fagområdet for Medie og kommunikation i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Studieordningen er udarbejdet i fællesskab af de institutioner, som er godkendt af Undervisningsministeriet til udbud af denne uddannelse. Studieordningen finder anvendelse for alle godkendte udbud af uddannelsen, og ændringer i studieordningen kan kun foretages i et samarbejde mellem de udbydende institutioner.

Følgende uddannelsesinstitutioner er ved denne studieordnings ikrafttræden godkendt til udbud af diplomuddannelsen i digital journalistik:

- Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
- Syddansk Universitet

Ved udarbejdelse af den fælles studieordning og væsentlige ændringer heraf tager institutionerne kontakt til aftagerne og øvrige interessenter samt indhenter en udtalelse fra censorformandskabet, jf. eksamensbekendtgørelsen.

Studieordningen og væsentlige ændringer heraf træder i kraft ved et studieårs begyndelse og skal indeholde de fornødne overgangsordninger.

Studieordningen har virkning fra 1. september 2013.

2. Uddannelsens formål

Formålet med diplomuddannelsen i digital journalistik er at kvalificere den uddannede til at arbejde både praktisk og strategisk med formidlingsformer og -metoder på de forskellige digitale medieplatforme – herunder web, sociale medier og mobile platforme.

Uddannelsen skal kvalificere den uddannede til at kunne formidle historier, så de formidlingsmæssige muligheder og styrker på de valgte digitale medieplatforme udnyttes bedst muligt i forhold til den valgte målgruppe. Den uddannede bliver i stand til at arbejde strategisk med digitale medier – herunder udarbejdelse af strategier for webindsatsen og for virksomhedens anvendelse af sociale medier og værktøjer til brugerinddragelse.

Uddannelsen kvalificerer desuden den uddannede til at varetage centrale funktioner i digitale journalistiske processer, hvor journalisten i mindre grad er primær producent af historier og i stedet udfører andre funktioner som igangsætter, at overvåge, filtrere, verificere og sammenfatte andres bidrag.

Uddannelsen indeholder uddannelsesretningen Social Media Management, som giver kendskab til de tjenester, værktøjer, metoder og roller, der knytter sig til professionel brug af sociale medier i journalistik og kommunikation og kvalificerer den uddannede til at kunne

anvende de muligheder for værdiskabelse, der ligger i en strategisk anvendelse af sociale medier i det journalistiske og kommunikative arbejde.

Formålet ligger inden for fagområdets formål, som fastsat i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

3. Uddannelsens varighed

Uddannelsen er normeret til 1 studenterårsværk. 1 studenterårsværk er en heltidsstuderendes arbejde i 1 år og svarer til 60 ECTS-point (European Credit Transfer System).

ECTS-point er en talmæssig angivelse for den totale arbejdsbelastning, som gennemførelsen af en uddannelse eller et modul er normeret til. I studenterårsværket er indregnet arbejdsbelastningen ved alle former for uddannelsesaktiviteter, der knytter sig til uddannelsen eller modulet, herunder skemalagt undervisning, selvstudie, projektarbejde, udarbejdelse af skriftlige opgaver, øvelser og cases samt eksaminer og andre bedømmelser.

4. Uddannelsens titel

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen *Diplom i Digital journalistik*, og den engelske betegnelse er *Diploma of Digital Journalism*, jf. bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Uddannelsesretning i Social Media Management giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen *Diplom i Digital journalistik (Social media management)*, og den engelske betegnelse er *Diploma of Digital Journalism (Social Media Management)*, jf. bekendtgørelse om diplomuddannelser.

5. Adgangskrav

Adgang til optagelse på diplomuddannelsen i digital journalistik eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en erhvervsakademiuddannelse eller en relevant videregående voksenuddannelse (VVU), samt at ansøger har mindst 2 års relevant erhvervs erfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse. Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse som ovenfor nævnt, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i § 15 i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne.

6. Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold

6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte

Viden

En diplomjournalist i digital journalistik

- har viden om og kan reflektere over teorier om journalistik og kommunikation i relation til konkrete formidlingsopgaver på digitale medieplatforme
- forstår udvalgte videnskabssteoretiske positioner som grundlag for at forstå og arbejde med teorier om digital journalistik og kommunikation
- har viden om og kan reflektere over formidlingsformer og -metoder på de forskellige digitale medieplatforme – herunder web, sociale medier og mobile platforme
- har viden om mediebrugernes forskelligartede vaner og brugsmønstre og adfærd på de forskellige digitale medieplatforme
- har viden om og kendskab til de journalistiske og kommunikationsmæssige anvendelsesmuligheder for de nyeste digitale devices som smartphones og tablets
- har viden om og kan reflektere over planlægning af den formidlingsmæssige indsats på tværs af de forskellige digitale platforme og devices
- har viden om redaktionelle organisationsformer, funktioner og roller i flermedielle mediehuse og kommunikationsvirksomheder
- har viden om teorier og metoder til udvikling af strategier for den journalistiske eller kommunikationsmæssige indsats på forskellige digitale platforme.

Færdigheder

En diplomjournalist i digital journalistik

- kan analysere, diskutere og vurdere digitale formidlingsmæssige udfordringer og produkter på et metodisk og veldokumenteret grundlag
- kan formidle historier så de formidlingsmæssige muligheder og styrker på de valgte digitale medieplatforme udnyttes bedst muligt i forhold til den valgte målgruppe
- kan identificere og udforme planlægning af konkrete digitale formidlingsopgaver fra idéudvikling over færdigt produkt til måling af effekt
- kan identificere og analysere problemstillinger omkring modtagerroller og brugeradfærd, herunder definere relevante målgrupper
- kan planlægge, strukturere og gennemføre digitale journalistiske forløb, hvor inddragelse af brugerne er et centralt element
- kan forholde sig refleksivt og strategisk til organisationsformer, roller og funktioner i en medie- eller kommunikationsvirksomhed
- kan forstå og anvende projektstyring i forbindelse med løsning af konkrete formidlingsopgaver.

Kompetencer

En diplomjournalist i digital journalistik

- kan gennemskue et bredt spekter af medieplatforme – digitale, mobile og sociale medier – og vurdere, prioritere og begrunde valg af platforme ved konkrete formidlingsopgaver
- kan vælge, producere og udvikle det relevante indhold til de valgte digitale medieplatforme
- kan udfylde centrale journalistiske funktioner i digitale journalistiske forløb, hvor journalisten i mindre grad er primær producent af historier og i stedet udfører andre funktioner som at igangsætte, overvåge, filtrere, verificere og sammenfatte andres bidrag
- kan arbejde strategisk med digitale medier – herunder udarbejde strategier for webindsatsen og for virksomhedens anvendelse af sociale medier og værktøjer til brugerinddragelse
- kan påtage sig ansvar for koordinering og projektledelse af det digitale journalistiske

- forløb fra idé over planlægning og produktion til måling af effekt
- er i stand til at udvikle sin egen samt virksomhedens formidlingsmæssige praksis og faglighed bl.a. i forhold til anvendelse af nye digitale medieplatforme og udtryksformer.

Se bilag 3 for læringsudbyttet for Social Media Management.

6.2 Uddannelsens struktur

Uddannelsen består af obligatoriske moduler, valgfrie moduler samt et afgangsprøve, der afslutter uddannelsen.

Obligatoriske moduler jf. bilag 1

Uddannelsens obligatoriske moduler, der er fælles for alle studerende, uanset uddannelsesretning, omfatter i alt 20 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1.

Valgfrie moduler jf. bilag 2

Uddannelsen omfatter valgfrie moduler, der for den enkelte studerende skal udgøre i alt 25 ECTS-point. Dette gælder dog ikke uddannelsesretningen Social Media Management, som er uden valgfrie moduler.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område henvises der til bilag 2 og 4.

Den studerende kan desuden vælge moduler uden for uddannelsens faglige område, dog højst 15 ECTS-point. Institutionen vejleder om valg af moduler uden for uddannelsens faglige område.

Afgangsprøve

Afgangsprøvet på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprøvet skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprøvet emne skal ligge inden for uddannelsens faglige område og formuleres, så eventuelle valgfag uden for uddannelsens faglige område inddrages. Institutionen godkender emnet.

Den studerende kan først indstilles til prøve i afgangsprøvet, når moduler af et samlet omfang på 45 ECTS er bestået.

Uddannelsesretning i Social Media Management

Under diplomuddannelsen i Digital journalistik ligger uddannelsesretningen i Social Media Management. Se bilag 3 for beskrivelse af uddannelsesretningens struktur og indhold.

7. Afgangsprøve

7.1 Læringsmål for afgangsprøvet

Viden

Den studerende har

- viden om forskellige videnskabsteoretiske tilgange til den digitale journalistik
- viden om medieteorier med relevans for digital journalistik og formidling
- har viden om og kan reflektere over formidlingsformer og -metoder på de forskellige

- digitale medieplatforme – herunder web, sociale medier og mobile platforme
- viden om mediebrugernes forskelligartede vaner og brugsmønstre og adfærd på de forskellige digitale medieplatforme
- viden om og kendskab til de journalistiske og kommunikationsmæssige anvendelsesmuligheder for de nyeste digitale devices.

Færdigheder

Den studerende kan

- analysere, diskutere og vurdere digitale formidlingsmæssige udfordringer og produkter på et metodisk og veldokumenteret grundlag
- formidle historier så de formidlingsmæssige muligheder og styrker på de valgte digitale medieplatforme udnyttes bedst muligt i forhold til den valgte målgruppe
- anvende, analysere og vurdere forsknings- og udviklingsarbejde af betydning for den digitale journalistik.

Kompetencer

Den studerende skal

- kunne håndtere empiri med inddragelse af metodiske og videnskabsteoretiske overvejelser for herigennem at belyse og bearbejde komplekse og udviklingsorienterede problemstillinger fra den studerendes arbejdssammenhæng
- kan arbejde strategisk med digitale medier – herunder fx udarbejde strategier for webindsatsen eller for virksomhedens anvendelse af sociale medier og værktøjer til brugerinddragelse
- selvstændigt kunne indgå i faglige fællesskaber og tværfagligt samarbejde inden for rammerne af en professionel journalistisk faglighed
- kunne identificere egne behov for læring og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer på baggrund af afgangsprøvet og øvrige moduler i uddannelsen.

Indhold

Formålet med afgangsprøvet er, at den studerende dokumenterer kompetencer til at identificere, analysere og vurdere problemstillinger af relevans for den digitale journalistik. Der lægges endvidere vægt på, at den studerende anskueliggør mulige handlinger, løsninger og udvikling af praksis, som baserer sig på inddragelse af relevante teoridannelser, metoder og empiriske data.

Afgangsprøvet består af en projektrapport, et journalistisk produkt og en mundtlig eksamination.

Projektrapporten må max. være på 30 sider. Type og omfang af det journalistiske produkt aftales med vejleder. Den mundtlige eksaminationstid er 45 minutter inkl. votering.

7.2 Udarbejdelse af afgangsprøvet

Ca. en måned efter afgangsprøvetperioden er gået i gang, afleverer den studerende en synopsis, som er en 2-4 sider sammenfatning af afgangsprøvet formål og indhold. Synopsis skal godkendes af vejleder inden den fastsatte afleveringsdato.

8. Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse

8.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Undervisnings- og arbejdsformer er en veksling mellem forelæsning, diskussion, øvelser, projektarbejde, gruppearbejde og e-læring.

Undervisningen tager udgangspunkt i den studerendes erfaringer. Således vil henvisning til og bearbejdning af problemstillinger, dilemmaer samt interesse- og udviklingsfelter fra den studerendes faglighed og virke stå centralt i undervisningen.

8.2 Evaluering

Alle diplommoduler evalueres skriftligt af de studerende.

Evalueringerne indgår i den samlede kvalitetssikring og anvendes til løbende udvikling af uddannelsen.

9. Prøver og bedømmelse

Uddannelsen består af:

- 2 obligatoriske moduler, som alle afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- valgfrie moduler svarende til 25 ECTS, som alle afsluttes med intern (evt. ekstern) bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- afgangsprøve, som afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Uddannelsesretningen Social Media Management består af:

- 2 obligatoriske moduler, som begge afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- 3 retningsspecifikke moduler, som alle afsluttes med intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- afgangsprøve, som afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Se oversigt over prøveformer for uddannelsens moduler (se bilag 4).

9.1 Tilmelding til eksamener

Når en studerende er tilmeldt et modul, er den studerende samtidig tilmeldt eksamen i det pågældende modul. Hvis den studerende dumper eller ikke deltager i denne eksamen, har den studerende brugt et forsøg og tilmeldes automatisk næste mulige eksamen i modulet.

Den studerende kan deltage 3 gange i samme prøve. Uddannelsesinstitutionen kan tillade yderligere prøvegange, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. I vurderingen af om der foreligger usædvanlige forhold, kan spørgsmålet om studieegnethed ikke indgå.

9.2 Sygdom

Ved sygdom ved eksamen kontaktes den uddannelsesinstitution, der afholder eksamen, dvs. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller Syddansk Universitet hurtigst muligt og senest om morgenen, den dag eksamen finder sted.

Lægeerklæring skal være Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller Syddansk Universitet i hænde senest 3 hverdage efter eksamensdato. Ved sygdom er den studerende automatisk tilmeldt første mulige eksamen efter raskmeldingen.

Sygeeksamen afholdes på en af studieadministrationen offentliggjort dato inden for et semester efter den oprindelige eksamensdato.

9.3 Gruppeeksamener

Gruppeprojekt er tilladt ved flere eksamener på uddannelsen. Se oversigt over moduler og prøveform i bilag 4. Ved gruppeopgaver forøges sidetal i opgavens omfang og minuttal ved evt. mundtlig eksamen med 50%.

Der foretages altid individuel bedømmelse, så hvis flere studerende er gået sammen om en opgave, skal det tydeligt fremgå af opgaven, hvem der er ansvarlig for hvad.

9.4 Krav vedr. deltagelse i eksamener

Der er ikke mødepligt til undervisningen på modulet. Det er den studerendes ansvar at deltage i et omfang og med en aktivitet, så den studerende kan tilegne sig de læringsmål, som er fastsat for modulet.

Bedømmelsen ved prøven vurderer graden af målopfyldelse.

9.5 Eksamensreglement om afholdelse af prøver

Følgende afsnit henviser til Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser.

Eksamenssproget er dansk, med de muligheder for undtagelser, der fremgår af bekendtgørelsen.

Får institutionen bekræftet formodning om, at en eksaminand udgiver en andens arbejde for sit eget eller anvender eget tidligere bedømt arbejde uden henvisning, betegnes det som eksamenssnyd.

Sanktioner ved eksamenssnyd fremgår af højskolens Disciplinære Foranstaltninger.

Eksamensopgaver skal leve op til de krav, formelle som indholdsmæssige, der fremgår af de respektive opgaveformuleringer, fx krav til bilag, filformater, omfang eller særlige forsider. Eventuelle formelle fejl vil indgå i bedømmelsen af opgaven, og der er tale om en individuel bedømmelse af fejlen(e)s omfang og dens/deres betydning for karakteren. Formelle fejl kan have en karakter og være så alvorlige, at opgaven ikke bedømmes.

Ved bedømmelse af afgangprojektet skal der i henhold til bekendtgørelsen, ud over det faglige indhold, også lægges vægt på formulerings- og stavefærdigheder. Da det er af afgørende betydning for det journalistiske fag, at man behersker det danske sprog, indgår de studerendes formulerings-, stave- og tegnsætningsfærdigheder ved enhver bedømmelse. Manglende færdigheder på dette område vil trække den samlede vurdering ned.

9.6 Framelding af eksamen

Studerende kan framelde sig eksamen eller eksamensaflevering med et varsel på 14 dage. Framelding skal ske skriftligt til studieadministrationen. Ved rettidig framelding har den studerende ikke brugt et eksamensforsøg. Den studerende tilmeldes automatisk næste reeksamen.

10. Merit

Studerende ved diplomuddannelse i digital journalistik kan søge om merit for uddannelseselementer fra andre uddannelser. Uddannelseselementer skal mindst være på samme niveau som diplomuddannelsen.

Ansøgning om overførsel af merit fra andre uddannelser til uddannelser på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller på Syddansk Universitet kræver skriftlig ansøgning, der mailles til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole på adressen jura@dmjx.dk eller til Syddansk

Universitet på adressen office@sam.sdu.dk

Ansøgningen skal indeholde følgende oplysninger:

- Navn og adresse
- Dokumentation (eksamensbeviser, fagbeskrivelser, pensum, osv.)
- Angivelse af hvilke fag der ønskes meritgodkendt.

Ansøgningen behandles af studieadministrationen i samarbejde med de relevante faglige undervisere på de respektive uddannelser.

Afslag på merit kan indbringes for Kvalifikationsnævnet. Klagefristen er fire uger. Klagen skal stiles til Kvalifikationsnævnet, men sendes til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole på jura@dmjx.dk. Eller til Syddansk Universitet på office@sam.sdu.dk

11. Censorkorps

Diplomuddannelsen i digital journalistik benytter det af Uddannelses- og Forskningsministeriet godkendte censorkorps for Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

12. Studievejledning

I studievejledningen på www.dmjx.dk/diplom findes supplerende og uddybende information om de enkelte moduler og om diplomuddannelsen i digital journalistik.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole har en tværgående, professionel studievejledning, som også varetager studievejledning for efter- og videreuddannelsesområdet, herunder diplomuddannelsen i digital journalistik. Se kontaktinfo på www.dmjx.dk/studievejledning

Syddansk Universitets Efteruddannelse – enheden for kompetencegivende efteruddannelser varetager vejledning om optagelse, adgangskrav m.m. eller henviser til vejlederne på de enkelte uddannelser, hvis der er brug for mere fagspecifik information. Se yderligere kontaktinformation på

https://www.sdu.dk/da/efter_videreuddannelse/kontakt+os

13. Klager og dispensation

Klageregler

Klager over prøver behandles efter reglerne i Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser. Se Klage- og ankereglerne for yderligere information på:

<http://studieservice.mediajungle.dk/klage-og-ankeregler-2/>

eller

http://www.sdu.dk/Information_til/Studerende_ved_SDU/Eksamen/Eksamensklager.aspx

Klager over øvrige forhold behandles efter reglerne i bekendtgørelse om diplomuddannelser. Alle klager indgives til institutionen senest 2 uger fra den dag afgørelsen er meddelt den studerende.

Dispensation

Institutionen kan dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionerne, når det er begrundet i særlige forhold.

Ansøgning om dispensation på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller til Syddansk Universitet kræver skriftlig ansøgning, der mailes til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole på adressen jura@dmjx.dk eller til Syddansk Universitet på adressen office@sam.sdu.dk

Ansøgningen behandles af studieadministrationen i samarbejde med de relevante faglige undervisere på de respektive uddannelser.

Ansøgningen skal indeholde følgende oplysninger:

- Navn og adresse
- Angivelse af, hvad der søges dispensation for
- Begrundelse for ansøgning om dispensation
- Dokumentation (eksamensbeviser, ansættelsesbeviser, udtalelser, osv.).

14. Overgangsordninger

Ved denne studieordnings ikrafttræden, ophæves tidligere studieordning, og alle studerende ved diplomuddannelsen i digital journalistik vil høre under nuværende studieordning. For studerende, som har bestået et eller flere moduler under den tidligere studieordning, gælder følgende:

De obligatoriske moduler i uddannelsen er per 01.09.2014:

- I samspil med brugerne (10 ECTS)
- Professionel profil i sociale medier (10 ECTS).

For den nedenstående gruppe af fag, der tidligere har været obligatoriske, gælder følgende: Hvis en studerende har bestået et eller flere af fagene per 01.09.2014, kan den studerende vælge at lade fagene indgå enten som obligatoriske eller valgfrie moduler i sin diplomuddannelse.

- Digitale fortællinger – tablet og mobil (10 ECTS)
- Journalistik på nettet (15 ECTS)
- Journalistik på nettet (10 ECTS)

Obligatoriske moduler udgør 20 ECTS ud af uddannelsens i alt 60 ECTS. Fra denne regel gælder følgende undtagelse: I de tilfælde hvor en studerende medbringer et obligatorisk modul på 15 ECTS fra den tidligere studieordning, vil det være nødvendigt at supplere med et obligatorisk modul af 10 ECTS og på denne måde lade i alt 25 ECTS inden for de obligatoriske moduler indgå i uddannelsen.

Følgende tidligere obligatoriske moduler kan erstatte et af de nuværende obligatoriske moduler:

I samspil med brugerne (15 ECTS) kan erstatte I samspil med brugerne (10 ECTS).

15. Retsgrundlag

Studieordningens retsgrundlag udgøres af:

- 1) Bekendtgørelse om diplomuddannelser

- 2) Bekendtgørelse af lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne
 - 3) Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
 - 4) Bekendtgørelse om prøver i erhvervsrettede videregående uddannelser
 - 5) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
 - 6) Bekendtgørelse om fleksible forløb inden for videregående uddannelser for voksne.
- Retsgrundlaget kan læses på adressen www.retsinfo.dk

Bilag 1 Obligatoriske moduler

Oversigt og gennemgang af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler.

Ob1) Professionel profil i sociale medier (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om de tilgængelige virkemidler der er i spil, når man opbygger identitet i sociale medier
- demonstrere kendskab til de personlige såvel som professionelle problemstillinger, der knytter sig til brug af sociale medier
- demonstrere viden om de sociale mediers betydning for individet i netværksøkonomien samt viden om teknologiens betydning for udvikling og brug af sociale medietjenester.

Færdigheder

Den studerende kan

- analysere, tilrettelægge og gennemføre en målrettet strategi for en personlig tilstedeværelse i sociale medier
- effektivt formulere og præsentere overfor relevante målgrupper hvorfor en bestemt profil i sociale medier er værd at følge
- analysere og tilrettelægge en strategi for digitale personlige brand-elementer
- kende og bruge de fremherskende tjenester til personlig tilstedeværelse i sociale medier
- gennemføre effektmåling og evaluering på et grundlæggende niveau.

Kompetencer

Den studerende kan

- analysere og italesætte redskaber, metoder og processer omkring tilrettelæggelse og eksekvering af en aktiv social medieprofil
- reflektere over virkemidler i sociale medieprofiler i forhold til et givent formål og en given målgruppe
- integrere personlig brug af sociale medier med et professionelt virke.

Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden, praktisk erfaring og egne refleksioner i stand til at tilrettelægge, eksekvere og evaluere en strategi for en målrettet personlig tilstedeværelse i sociale medier.

Modulet omhandler alle de væsentligste aspekter af en velovervejet personlig tilstedeværelse i sociale medier. Med udgangspunkt i en konkret case, som godt kan være den studerende selv, kommer man i forløbet igennem stadierne: Analyse, strategiudformning, målsætning, eksekvering, justering og evaluering/effektmåling.

Ob2) I samspil med brugerne (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om forbrugsmønstre hos moderne mediebrugere samt deres adfærd på de nye medieplatforme
- viden om og kan reflektere over de værktøjer og features (sociale medier) brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere.

Færdigheder

Den studerende kan

- planlægge og skabe brugerinvolvering som en del af en virksomheds kommunikative indsats
- anvende sociale medier i forbindelse med den journalistiske proces.

Kompetencer

Den studerende kan

- anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

Indhold

Brugerinvolvering, interaktivitet og brugergeneret indhold er alle begreber for visionen om et tættere samspil med medieforbrugere. Modulet har til formål at gøre den studerende i stand til at forstå og reflektere over de værktøjer og features (sociale medier), brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere - for sig selv, til hinanden og til de etablerede medier, institutioner og virksomheder. Den studerende skal kunne anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis, bl.a. gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

Bilag 2 Valgfrie moduler

Oversigt og gennemgang af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler.

Vf1) Brugerdrevet udvikling af digitalt medieindhold (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om forandringer i det digitaliserede samfund, som påvirker kommunikation og journalistik
- viden om centrale begreber indenfor digital fortællingsteknik herunder genrer, udtryksformer og berettermodeller
- viden om nye fortælleformer, som udspringer af nye teknologier – fx virtual reality, augmented reality og lokationsbaserede tjenester.

Færdigheder

Den studerende kan

- på baggrund af en forståelse for brugernes behov arbejde med kreative og systematiske processer til udvikling, afprøvning og validering af idéer og koncepter
- planlægge og styre en digital produktion i rollen som fortællingens projektleder
- kombinere forskellige udtryksformer som fx tekst, billeder, video, grafik til digitale fortællinger på forskellige mobile platforme og sociale medier.

Kompetencer

Den studerende kan

- analysere og italesætte produktionsprocessen bag en digital fortælling – herunder identificere de nødvendige fagligheder som bringes i spil, som fx grafisk design, videoproduktion, programmering etc.
- reflektere over og anvende forskellige fortællingstekniske virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe – med afsæt i brugerbehov og adfærd
- reflekteret anvende innovationsmetoder og designtænkning til at udvikle nye fortælleformer og indholdskoncepter, hvor brugerne er i centrum i hele processen
- sætte den digitale kommunikation og produktion ind i en samfundsmæssig kontekst baseret på viden om medieudvikling, sociale medier og digitale platformes potentialer.

Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden og praktisk øvelse i stand til at italesætte, konceptudvikle og projektledede digitale produktioner og fortællinger. På modulet får den studerende viden om centrale begreber inden for digital fortællingsteknik og en forståelse af samspillet mellem de forskellige udtryksformer.

Den studerende lærer at udvikle og tilrettelægge originalt digitalt indhold, der er tilpasset mobile enheder. Indholdet og den kreative proces er i centrum – ikke teknikken. Gennem anvendelse af innovationsmetoder og designtænkning lærer den studerende at arbejde med udvikling af indhold, hvor brugerne er i centrum gennem hele processen fra idé til færdigt produkt.

Vf2) Sådan læser vi på print, web og mobil (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende

- har viden om læseprocesser og perception: Hvordan vi modtager og forstår information
- har viden om mønstre i brugen af de fire gængse medieplatforme web, tablet, mobil og print hen over nyhedsdøgnet
- forstår kohærens – meningsovergange – mellem forskellige modaliteter
- forstår visuelle elementers betydning som bl.a. forankring eller begrænsning i relation til tekst.

Færdigheder

Den studerende kan

- anvende og videreformidle grundlæggende viden om læseprocesser og perception
- anvende argumentationsmodeller i planlægning af meningsfulde multimodale helhedsløsninger
- versionere tekster der fungerer på de respektive medieplatforme
- planlægge og medvirke til produktion af relevante visuelle elementer i en given journalistisk proces.

Kompetencer

Den studerende kan

- analysere hvordan journalistiske produktioner fungerer i relation til læsefaserne orientering, afkodning og forståelse
- selvstændigt og i samspil med andre fagligheder planlægge, producere og evaluere meningsfulde journalistiske multimodale helhedsløsninger
- anvende viden om perception og praktisk brug af nyheds-medieflader til planlægning og produktion af nyhedsforløb over tid og hen over de gængse medieplatforme.

Indhold

Den studerende indføres teoretisk og praktisk i, hvordan mediebrugerne anvender de fire gængse medieplatforme Web, tablet, mobil og print. Desuden gennemgås central viden om læseprocesser og perception. Med afsæt heri afprøver den studerende forskellige måder at sammensætte tekst og billeder på for at opnå kohæsion og meningsfuldt samspil. Målet er, at den studerende opnår bevidsthed om, hvordan dette samspil fungerer på forskellige medieplatforme – og i praksis kan anvende denne viden til at tilrettelægge multimodale helheder bedst muligt for brugeren.

Vf3) Medarbejderne som strategiske kommunikatører (5 ECTS)

Læringsmål

Viden:

Den studerende har:

- viden om organisatorisk identifikation og medarbejderes kommunikationsansvar.
- viden om de forskellige kommunikationsroller, som medarbejder kan have i en organisation.

- viden om hvordan medarbejdere kan kommunikere på måder, der er meningsfulde og skaber værdi for både medarbejdere og organisation.

Færdigheder:

Den studerende kan:

- identificere de kommunikationsroller, der er interessante og relevante at arbejde med i egen organisation.
- udvikle konkrete ideer og planer for, hvordan man arbejder med medarbejdere som strategiske kommunikatører.
- rådgive ledere og kollegaer om den mest hensigtsmæssige måde at arbejde med employee advocacy og medarbejdere i nye kommunikationsroller.

Kompetencer:

Den studerende kan:

- arbejde reflekteret med employee advocacy, der skaber værdi for organisationen og samtidigt sikrer loyalitet og øget motivation blandt medarbejderne.
- vurdere og diskutere medarbejderes forhold til egen organisation, og hvad der skal til for, at de vil optræde som strategiske kommunikatører.
- reflektere over de etiske overvejelser, der knytter sig til employee advocacy og arbejdet med medarbejdere som strategiske kommunikatører.

Indhold:

Modulet giver en forskningsbaseret og praksisnær indføring i, hvordan man i en organisation arbejder med medarbejdere som ambassadører og kommunikatører (employee advocacy). Den studerende får indblik i hvilke kommunikationsroller, der er interessante og relevante at arbejde med i egen organisation. Modulet giver den studerende en forståelse af hvad der skal til for, at medarbejderne i en organisation vil optræde som strategiske kommunikatører på en måde, der gavner både organisation og medarbejdere – og er etisk forsvarlig.

Vf4) Smart webstrategi (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har på teoretisk og praktisk niveau viden om og forståelse af

- webstrategiens betydning og relevans
- webstrategiens metode og værktøjer
- webstrategiens udførelse og implementering på operationelt niveau.

Færdigheder

Den studerende

- behersker smart webstrategis syv analyse-værktøjer og kan anvende dem relevant og balanceret
- kan planlægge og gennemføre kvantitative og kvalitative undersøgelser og sammenfatte og fortolke empiriske data (webstatistik, spørgeskemaundersøgelse, interview, fokusgruppe, brugertest, SWOT)
- kan på grundlag af analyser og undersøgelser formulere en samlet webstrategi som fungerer på to plan: 1) Overordnede mål og styring for webindsats, 2. Afsæt for operationelle planer og indsats vedr. styring og udvikling af webindsats.

Kompetencer

Den studerende kan med afsæt i strategiproces og strategi

- igangsætte og udvikle dialog med webindsatsens vigtigste interessenter
- indkredse og formulere brand, budskaber, handlinger, forretningsmål, nøgleindhold og retningslinjer for webindsats
- løbende evaluere og optimere webindsats.

Indhold

Modulet præsenterer modeller og metoder til strategisk arbejde med og udvikling af websitet i en virksomhed eller organisation. Den studerende lærer at udarbejde analyser og undersøgelser, der begrunder og kvalificerer webstrategien, og som giver et professionelt og systematisk afsæt for løbende dialog med virksomhedens ledelse og nøglepersoner om effektiv integration af web i virksomhedens aktiviteter.

I løbet af modulet vil den studerende trin for trin komme gennem den webstrategiske proces og vil slutte modulet med en udarbejdet færdig webstrategi for egen virksomheds website.

Vf5) Fortæl historien visuelt (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om og kan reflektere over de visuelle muligheder, formidlingsformer og –metoder, som anvendes inden for forskellige genrer på forskellige medieplatforme
- demonstrere viden om de grundlæggende begreber og teorier om grafisk formsprog og design.

- **Færdigheder**

Den studerende kan

- formidle historier og inddrage de visuelle elementer, der styrker kommunikation og læseroplevelser
- med afsæt i teori og metode indenfor grafisk design, æstetik og genreforståelse af kommunikations- og designprodukter, anvende konkrete visuelle virkemidler, der styrker formidlingsopgaver på forskellige medieplatforme.

Kompetencer

Den studerende kan

- vælge, producere og udvikle det relevante visuelle indhold til de valgte medieplatforme
- selvstændigt og i samarbejde med andre anvende visuelle teknikker og virkemidler til at formidle og fortælle kreativt og forståeligt inden for forskellige genrer af kommunikationsprodukter.

Indhold

Formålet er at give de studerende en forståelse af de visuelle teknikker og udtryksformer på de forskellige medieplatforme, således at de studerende bliver i stand til at konstruere fortælle-mæssige og visuelle sammenhænge mellem tekst, billeder og form.

Vf6) Nye videoformater på web og mobile platforme (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om fortælleformer og dramaturgi for levende billeder på forskellige platforme
- viden om genreforhold, nye formater og kontekstafhængige fortælleformer
- viden om brugernes anvendelse af video på web og i mobile og sociale medier.

Færdigheder

Den studerende kan

- udvikle egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme
- arbejde med levende billeder i en fortællermæssig kontekst af andre udtryksformer – fx video i sammenhæng med foto og tekst
- analysere forskellige videobaserede koncepter og formater - med henblik på at kunne identificere de anvendte fortælle-tekniske greb.

Kompetencer

Den studerende kan

- identificere og anvende de nye visuelle og fortællermæssige muligheder på de forskellige platforme
- udvikle koncepter og formater for egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme.

Indhold

Video indgår i dag som et bærende element både på web, mobile og sociale medieplatforme. Overalt i medie- og kommunikationsbranchen eksperimenteres med nye videobaserede fortælleformer og formater – fra ultra-korte videoklip på sociale medier til lange live-streams,

hvor brugerne involveres undervejs. På modulet præsenteres og diskuteres teorier og erfaringer omkring genrebestemmelse, formater og fortælleformer for video på web, mobile og sociale platforme. Den studerende lærer at forstå de nye visuelle og fortællermæssige muligheder samt modtagernes brug af disse. Målet er, at den studerende bliver i stand til at udvikle koncepter og formater for egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme.

Vf7) Video i virksomhedens kommunikation (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om centrale teorier og begreber indenfor formidling med digital video på web- og sociale medier
- viden om de særlige fortælleformer, der gælder for levende billeder på nettet
- kendskab til brugeradfærd og forventninger til video på nettet
- viden om hvordan virksomheden kan bruge video strategisk på virksomhedens intranet, website og på sociale medier.

Færdigheder

Den studerende kan

- håndtere grundlæggende videoredigering i online programmer samt upload til nettet
- tilrettelægge og optage video med små digitale kameraer, herunder smartphones
- producere live-video og video-podcasts.

Kompetencer

Den studerende kan

- udvikle koncepter for brug af video til nettet, der understøtter virksomhedens kommunikation internt og eksternt
- udvikle video-koncepter, der involverer brugerne og passer til det sociale internet
- udarbejde strategiske kommunikationsplaner for virksomhedens brug af levende billeder.

Indhold

Den studerende får viden om, hvordan virksomheden kan bruge video strategisk på intranet, website og sociale medier. Den studerende får samtidig praktisk erfaring med at konceptudvikle og producere video, der er skræddersyet til nettet.

Formålet er at sætte den studerende i stand til at vurdere, hvordan video kan understøtte forretningen internt såvel som eksternt. Efter kurset vil den studerende være i stand til at arbejde strategisk, konceptuelt og praktisk med video i virksomheden.

Vf8) Agil projektledelse – styr dine medieprojekter effektivt (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om teori og metode inden for projektplanlægning med metoden Scrum

- viden om teambaserede organisationsformer, nye roller og funktioner i forbindelse med projektarbejde efter Scrum-metoden
- kendskab til anvendelsen af personlighedstests til at opnå indsigt i gruppepsykologi og i de faser, projektteamet gennemgår i løbet af en proces.

Færdigheder

Den studerende kan

- lave målformulering og gennemføre en tidsplanlægning fra start til slut af et konkret medieprojekt
- lave de nødvendige analyser af projektet i forhold til risikostyring, interessent- og SWOT-analyse
- prisfastsætte og kalkulere et konkret medieprojekt på baggrund af kravspecifikationer
- afrunde og evaluere et givent medieprojekt.

Kompetencer

Den studerende kan

- sammensætte og lede projektgruppen effektivt i forhold til gruppepsykologiske problemstillinger
- selvstændigt vurdere og gennemføre planlægning og projektledelsen af et konkret medieprojekt
- indgå i et samarbejde med andre projektinteressenter i projektledersammenhænge.
-

Indhold

På modulet præsenteres den studerende for projektstyrings værktøjer og metoder. Målet er, at den studerende bliver i stand til at arbejde systematisk med metoden Scrum og kan føre et projekt gennem alle dets faser fra analyser, planlægning og udførelse – til afslutning, aflevering og evaluering. Den studerende bliver i stand til at sammensætte, facilitere og koordinere en projektgruppe, så den får de optimale rammer for, at projektet bliver en succes.

Vf9) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om centrale teorier og metoder til idéudvikling og til at skabe innovation i virksomheder eller organisationer
- viden om innovationsprocessens forskellige faser – fra løs idé til innovativt produkt.

Færdigheder

Den studerende kan

- arbejde strategisk, taktisk og operationelt med innovation
- overføre teoretiske indsigter til praktisk handling i forbindelse med innovativt projektarbejde
- lede og facilitere idéudvikling og innovationsprocesser i virksomheder eller organisationer.

Kompetencer

Den studerende kan

- selvstændigt og i samarbejde med andre skabe, udvikle og implementere idéer i egen virksomhed
- udvikle egen samt virksomhedens praksis omkring idéudvikling og innovation.

Indhold

Den studerende præsenteres for teori og metoder til at idéudvikle og skabe innovation i organisationen. Modulet giver den studerende en grundig indføring i innovationsprocessens forskellige aspekter, således at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde strategisk, taktisk og operationelt med innovation. Formålet er at opruste den studerendes evne til at skabe og implementere idéer hjemme i egen medie- eller kommunikationsvirksomhed.

Vf10) Procesledelse (5 ECTS)**Læringsmål****Viden:**

Den studerende kan

- demonstrere teoretisk indsigt i procesledelse
- demonstrere indsigt i praktisk proces- og projektledelse
- demonstrere indsigt i rammesætning af processer på mikro- såvel som på makroniveau
- reflektere over sammenhæng mellem gruppeorganisering og –dynamikker
- demonstrere indsigt i anerkendende tilgang til sociale processer
- demonstrere indsigt i forandringsledelse
- demonstrere indsigt i innovative processer
- demonstrere indsigt i meningsskabelse og fortolkningsledelse
- demonstrere indsigt i storytelling og narrativ terapi i organisationer
- demonstrere indsigt i coaching og andre samtalebasere værktøjer til at skabe afklaring
- demonstrere indsigt i betydningen af de kommunikative rammer
- demonstrere indsigt i mødeledelse
- demonstrere indsigt i iscenesættelse, herunder om roller, faser, formater og rekvisitter.

Kompetencer

Den studerende kan

- udvikle en strategi for en konkret social proces
- planlægge, facilitere og samle op på forskellige typer interaktioner som fx møder, konferencer og workshops
- indgå som facilitator i (tværfaglige) samarbejder og projekter og medvirke til at skabe relationer, dialog og sammenhæng mellem forskellige kompetencer og personlige baggrunde
- kortlægge kommunikationsarkitektur for et projekt eller en organisation.

Færdigheder

Den studerende kan

- arbejde strategisk med at designe og gennemføre gruppeprocesser

- skabe overblik over et projekts mange delprocesser
- samtænke iscenesættelse med roller, formater og rekvisitter i relation til formål og kontekst.

Indhold

Kurset handler om mental, strukturel og fysisk rammesætning af processer, hvor en gruppe mennesker skal flyttes fra A til B. Den studerende præsenteres for forskellige perspektiver på arbejdet med procesledelse – fra mikroperspektivet på samtaleniveau til makroperspektivet med fokus på procesdesign og projektledelse. Målet er, at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde strategisk, værdibaseret og vidensmæssigt velfunderet med at tilrettelægge og gennemføre hensigtsmæssige processer i relation til mål og mennesker.

Vf11) Fortæl historien (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om centrale begreber inden for narratologi og fortælle teori
- viden om forskellige litterære og journalistiske fortællemodeller og struktureringsprincipper
- viden om den fortællende journalistiks metoder til research og interview
- evnen til at reflektere over den fortællende journalistiks særlige etiske krav.

Færdigheder

Den studerende kan

- vælge den mest hensigtsmæssige fortælleform i forhold til formål, medie og målgruppe
- arbejde reflekteret med fortælle tekniske værktøjer som dialog, scenisk og panoramisk fremstilling samt fortællepositioner
- gennemføre research og interview der giver den nødvendige information til fremstilling af scenisk fremstilling eller fremstilling af personers tanker og følelser
- reflektere over den fortællende journalistiks særlige etiske krav.

Kompetencer

Den studerende kan

- identificere og idéudvikle journalistiske historier, der egner sig til formidling som fortællende journalistik
- begrunde valg og anvendelse af fortællemodel og struktureringsprincip ved udarbejdelse af forskellige typer af journalistiske fortællinger
- forholde sig både teoretisk og praktisk til de etiske udfordringer, der stilles til den fortællende journalistik.

Indhold

Den studerende lærer at anvende litteraturens fortælle teknikker i en journalistisk sammenhæng. Læsning af fortælle teori og narratologi samt analyser af både litterære og journalistiske fortællinger giver den studerende kendskab til forskellige fortællemodeller og fortælle tekniske greb. Den studerende lærer at arbejde bevidst med dialog, scenisk og

panoramisk fremstilling, fortællersynsvinkler og måder at strukturere teksten på. Der arbejdes på modulet med de særlige udfordringer til research- og interviewteknik, der stilles til den journalistiske fortælling. Desuden diskuteres de etiske overvejelser, der knytter sig til det at anvende fiktionens virkemidler til faktaformidling.

Vf12) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om de grundlæggende teorier og metoder for kvalitative og kvantitative undersøgelser herunder udvælgelsesmetoder og behandling af data.

Færdigheder

Den studerende kan

- opstille et undersøgelsesdesign og udarbejde digitalt spørgeskema
- behandle data fra henholdsvis kvalitative og kvantitative undersøgelser
- anvende de rette analysemodeller og undersøgelsesmetoder i forhold til en konkret problemstilling.

Kompetencer

Den studerende kan

- selvstændigt eller i samarbejde med andre gennemføre evalueringen af kommunikationsarbejdet
- opstille metoder til at vurdere den strategiske værdi af pressearbejdet.

Indhold

Modulet har til formål at gøre den studerende i stand til at dokumentere værdien af kommunikationsindsatsen i forhold til de overordnede strategiske mål.

Målet er, at den studerende bliver i stand til selv at gennemføre evalueringen af kommunikationsarbejdet, at kunne opstille et undersøgelsesdesign, at kunne anvende de rette analysemodeller og undersøgelsesmetoder i forhold til en konkret problemstilling, at kende de grundlæggende regler for kvalitative og kvantitative undersøgelser, herunder udvælgelsesmetoder og behandling af data samt blive i stand til at kunne styre processerne omkring målinger eller evalueringer.

Vf13) Styrk kommentarsporet: Moderation på sociale medier (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- genkende forskellige typer af digitale samtaler, konflikter og digital chikane, samt de taktikker der kan anvendes for at mindske eller forhindre adfærden
- forstå de forskellige bevæggrunde for at visse brugertyper udøver chikane eller digital aktivisme på sociale medier
- forstå de etiske aspekter af forskellige moderationstaktikker.

Færdigheder

Den studerende kan

- nedtrappe vreden på skrift ved at skelne mellem forskellige kommunikationstyper
- analysere og producere egen organisations tone-of-voice
- udarbejde et beredskab for at beskytte organisationens talspersoner og modvirke organiseret trolling.

Kompetencer

Den studerende kan

- arbejde strategisk med konfliktnedtrappende kommunikation på sociale medier
- genkende og anvende forskellige moderationstaktikker overfor forskellige målgrupper.

Indhold

Den studerende får en grundlæggende indføring i de teorier og metoder, der ligger til grund for god moderation på sociale medier. Modulet har særligt fokus på samtale-elementet og de svære dele af moderation, som vrede, shitstorms, brugere der lyver og trolling.

Vf14) Creative Media Management (10 ECTS)**Læringsmål:****Viden**

Den studerende har

- viden om relevante teorier og begreber indenfor ledelse af dynamisk og kreative processer
- viden om værktøjer og metoder indenfor proces- og projektledelse
- viden om værktøjer og metoder til ledelse og gennemførelse af innovative processer indenfor medie- og kommunikationsbranchen.

Færdigheder

Den studerende kan

- planlægge, afvikle og samle op på ideudviklingsforløb og innovative processer
- teambylde samt videreudvikle eksisterende og nye talenter i teamet
- skabe rammer og vilkår for innovative og kreative medarbejdere og arbejdsformer i en virksomhed eller organisation.

Kompetencer

Den studerende kan

- lede og facilitere opbygningen af fælles forståelse omkring et team og dets opgaver
- lede og facilitere processer for teams sammensat på tværs af fagligheder
- lede og motivere teams til et maksimum af kreativitet for at fremme eksisterende og nye processer, produkter og serviceydelser.

Indhold

Modulet giver den studerende værktøjer og metoder til arbejdet med at tilføre teams og projekter et maksimum af kreativitet for at fremme eksisterende og nye processer, produkter og serviceydelser. Målet er at udvikle den studerende som kreativ leder, således at den studerende kan stå i spidsen for kreative teams og udvikle den innovative energi og kultur i en medie- eller kommunikationsvirksomhed.

Vf15) Media Connectivity – nå brugerne med smart indhold (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- demonstrere teoretisk viden om de dominerende samfundstendenser og nye udviklinger i urbane livsstile
- demonstrere faktuel viden om hovedformer for data og om 'connectivity technology'
- beskrive den udvidede værktøjskasse, der er til rådighed for journalistik og samfundskommunikation i arbejdet med digital og urban journalistik.

Færdigheder

Den studerende kan

- identificere og analysere et nyt mulighedsrum og betydningen af en lokalitet
- lave et koncept for en ny indsats inden for stedbundet urban journalistik og samfundskommunikation med inddragelse af data
- beskrive og gøre brug af metoder for 'datadriven storytelling'
- beskrive og praktisere tværfagligt samarbejde på nye og radikale måder
- pitche en idé og et koncept for en ny urban proces og nye urbane produkter.

Kompetencer

Den studerende kan

- sætte den nye urbane journalistik og kommunikation ind i en relevant samfundsmæssig kontekst baseret på viden om urbanisering, digitalisering og den aktuelle teknologiudvikling
- identificere, analysere og italesætte en udfordring og et mulighedsrum med udgangspunkt i værdiskabelse, et givent formål og en given målgruppe
- vælge relevante journalistiske og visuelle metoder og teknologiske værktøjer til en given stedbunden urban fortælling.

Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden og praktisk udviklingsarbejde med koncepter og prototyper i stand til at italesætte og aktivt bidrage til produktion af nye urbane fortællinger med inddragelse af data, med fokus på at kunne identificere, analysere og beskrive nye muligheder i byens rum og mellemrum, den digitale infrastruktur, den nye 'connectivity technology' og de åbne datastrømme, der i disse år dannes i alle store og mellemstore byer. Den studerende trænes i at beskrive og analysere værdiskabelse og brugsværdi for en given målgruppe et givent sted samt trænes i at pitche en urban fortælling.

Vf16) Podcast for professionelle (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- kendskab til de nyeste trends og tendenser på podcast-fronten - både de journalistiske og kommercielle
- viden om centrale fortælle tekniske begreber og modeller samt formater og genrer indenfor podcast-produktion
- viden om metoder til udvikling af bæredygtige forretningsmodeller for podcast-produktion – herunder viden om finansiering, distribution og markedsføring

Færdigheder

Den studerende kan

- skelne mellem de forskellige programformater og genrer og træffe valg om, hvad der egner sig til hvilke historier
- planlægge og strukturere optagelser samt lave klippemanus og redigere
- interviewe med øre for mediet samt optage god reportage-lyd
- lære at skrive og indtale speak

Kompetencer

Den studerende kan

- reflektere over og anvende forskellige fortælle tekniske virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe
- på baggrund af idé og koncept opbygge og realisere et podcast-manus narrativt og dramaturgisk
- selvstændigt og i samarbejde med andre planlægge og gennemføre en podcast-produktion gennem alle faser fra ide, research, tilrettelæggelse og produktion til færdigt produkt.

Indhold

Den studerende sættes gennem ny viden og praktisk øvelse i stand til at konceptudvikle og producere indhold til podcast. På modulet får den studerende redskaber til at komme fra løs idé til bæredygtigt podcast-koncept, som er realistisk at producere, og som der er en målgruppe til. Modulet tager den studerende gennem alle fase i arbejdet med podcast:

- Ideudvikling og konceptskrivning
- Reportage og dokumentar
- Talks og interview
- Dramaturgi og fortælle teknik
- Værten og sproget
- Optagelse, redigering og lyd design
- Markedsføring, distribution og kommercialisering

Vf17) AI for journalister (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- en grundlæggende forståelse af data og teknologier som automatisering, algoritmer og kunstig intelligens
- kendskab til mulighederne i data, automatisering og algoritmer både som journalist, redaktion og medie
- viden om de nye AI-teknologiers fordele og ulemper i forhold til den journalistiske værdikæde og de publicistiske værdier
- viden om grænseflader og synergi mellem journalister, udviklere og programmører
- viden om hvordan AI-teknologier kan ændre medierne i fremtiden, og hvordan medierne kan forberede sig strategisk og organisatorisk på en mere automatiseret medievirkelighed

Færdigheder

Den studerende kan

- anvende simple AI-værktøjer til f.eks. transskribering, redigering, monitorering, sortering og varsling
- anvende no-code-værktøjer til at løse cases om automatisering og personalisering med det formål at forstå, hvordan teknologierne virker
- arbejde med automatiserede nyheder/robotjournalistik
- eksperimentere med Natural Language Processing-modeller (herunder GPT-3) i en journalistisk kontekst

Kompetencer

Den studerende kan

- arbejde på redaktioner, der producerer journalistik ved hjælp af AI-teknologier i tæt samarbejde mellem journalister, udviklere og programmører
- indgå i AI-relaterede udviklingsprojekter på sin arbejdsplads
- udvikle og vurdere journalistiske idéer og koncepter, som baserer sig på AI-teknologier
- bidrage til at sætte retningen for sit medies anvendelse af AI-teknologier i fremtiden
- analysere og vurdere presseetik og publicistiske værdier op imod AI-teknologiernes fordele og ulemper

Indhold

Den studerende får en grundlæggende forståelse for data og AI-teknologier og deres påvirkning af medierne og den journalistiske proces. Gennem simple AI-baserede værktøjer og større cases om automatisering og personalisering, får den studerende en forståelse for, hvad man kan med AI-teknologier som journalist. Den studerende bliver i stand til at arbejde på redaktioner og i udviklingsprojekter, der producerer journalistik med hjælp fra AI-teknologier, men uden at kunne kode og programmere selv. Den studerende lærer om de mange nye muligheder for værdiskabelse i AI-teknologier, men også om faldgruber og mangler ved teknologierne vejet op imod de publicistiske værdier. Den studerende vil kunne bidrage til at sætte retningen for sit medies anvendelse af AI-teknologier i fremtiden og finde sin egen plads i en automatiseret medievirkelighed.

Vf18) Den perfekte videofortælling (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om dokumentarfilm-genrens form og genretræk
- viden om de fortællemæssige muligheder ved brug af lyd og levende billeder.

Færdigheder

Den studerende kan

- researche og planlægge en kort dokumentarfilm
- skabe et story board på baggrund af sine lyd- og videooptagelser
- optage såvel video som lyd af professionel kvalitet
- redigere video og lyd på baggrund af sit story board.

Kompetencer

Den studerende kan

- reflektere over dokumentargenren og forskellen mellem dokumentarfilm og iscenesatte film
- både selvstændigt og i samarbejde med andre researche, planlægge og producere en kort dokumentarfilm.

Indhold

På modulet indføres den studerende i såvel tekniske færdigheder og som fortællemæssige muligheder ved arbejdet med levende billeder. Under forløbet vil deltagerne producere individuelle, korte dokumentarfilm. Både før, under og efter produktionen vil den studerende modtage individuel coaching.

Vf19) Digital lokaljournalistik – nye formater og forretningsmodeller (5 ECTS)**Læringsmål****Viden**

Den studerende har

- viden om forretningsmodeller for lokale medier
- Viden om digitale platforme og brugsmønstre i lokaljournalistikken
- viden om brugeradfærd og brugerbehov og om hvordan man skaber lokalt engagement.

Færdigheder

Den studerende kan

- anvende med digitale platforme – herunder nyhedsbreve og sociale medier – i det lokaljournalistiske arbejde
- planlægge og skabe brugerinvolvering som en del af den lokaljournalistiske indsats
- udvikle og arbejde med nye forretningsmodeller for lokale medier.

Kompetencer

Den studerende kan

- anvende viden om brugeradfærd og brugsmønstre til at udvikle en brugerinvolverende praksis gennem anvendelse af digitale platforme

- Udvikle nye formater og koncepter, der underbygger lokalmediets strategiske mål
- Arbejde med og forholde sig til nye journalistiske roller – herunder forskellige former for aktivistroller – og reflektere over de medfølgende dilemmaer og prioriteringer.

Indhold

Modulet giver den studerende et overblik over de nyeste erfaringer og metoder til arbejdet med digital lokaljournalistik. Den studerende får viden om brugerbehov- og adfærd og hvad der skal til for at skabe lokalt engagement. Målet er at den studerende bliver i stand til at skabe og søsætte nye lokale formater og koncepter ved hjælp af digitale platforme som nyhedsbreve og sociale medier. På modulet får den studerende viden om, hvordan man skaber nye holdbare forretningsmodeller for lokale medier. Modulet præsenterer ligeledes den studerende for nye roller og funktioner i det lokaljournalistiske arbejde. Undervejs på modulet arbejder den studerende med udvikling og realisering af sit eget lokaljournalistiske projekt.

Bilag 3 Uddannelsesretning i Social Media Management

Uddannelsesretningens struktur, mål for læringsudbytte og indhold

Uddannelsesretningen i Social Media Management består af obligatoriske moduler, retningsspecifikke moduler samt et afgangsprøve, der afslutter uddannelsen.

Uddannelsesretningen i Social Media Management er uden valgfrie moduler.

Obligatoriske moduler

Uddannelsesretningens obligatoriske moduler, som deles med diplomuddannelsen i digital journalistik, omfatter i alt 20 ECTS-point.

Retningsspecifikke moduler

Uddannelsen omfatter retningsspecifikke moduler, der udgør i alt 25 ECTS-point.

Afgangsprøve

Afgangsprøvet på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprøvet skal dokumentere, at uddannelsesretningens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprøvet emne skal ligge indenfor uddannelsesretningens faglige område. Institutionen godkender emnet.

Den studerende kan først indstilles til prøve i afgangsprøvet, når moduler af et samlet omfang på 45 ECTS er bestået.

Uddannelsesretningens mål for læringsudbytte

Viden

Den studerende har

- viden om centrale teorier og begreber indenfor emnet sociale medier og netværkskommunikation
- viden om metoder til opstilling af formål, delmål og konkrete succeskriterier for professionel brug af sociale medier
- viden om design af effektmåling af professionel brug af sociale medier
- kendskab til de organisatoriske roller og funktioner som er i spil, når der arbejdes med en tilrettelagt og målrettet indsats i sociale medier
- kendskab til de personlige og samfundsmæssige problemstillinger, der knytter sig til brug af sociale medier i en journalistisk eller kommunikationsfaglig sammenhæng
- viden om de sociale mediers betydning i netværksøkonomien.

Færdigheder

Den studerende kan

- forstå og anvende de værktøjer og tjenester, der knytter sig til professionel brug af sociale medier i journalistik og kommunikation
- analysere og tilrettelægge en værdiskabende strategi for en personlig tilstedeværelse i sociale medier
- analysere og tilrettelægge en værdiskabende indsats i sociale medier med udgangspunkt i strategi og målsætninger i egen virksomhed eller organisation

- analysere og anvende redskaber, metoder og processer omkring eksekveringen af en aktiv social medieprofil
- tilrettelægge og udføre effektmåling af en indsats i sociale medier med relevante værktøjer
- anvende metoder og redskaber til automatiseret og systematisk overvågning af emnebestemt indhold i sociale medier
- forstå og anvende effektive visuelle virkemidler i en social mediesammenhæng.

Kompetencer

Den studerende kan

- selvstændigt og i samarbejde med andre udvikle organisationens kommunikation i forhold til netværkskommunikation og sociale medier
- anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugerne og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis i journalistik og kommunikation
- på baggrund af effektmåling af indhold i sociale medier anviser strategier for handleplaner i forhold til opstillede mål
- tilrettelægge og gennemføre brug af sociale medier som et integreret element i storytelling
- reflektere over virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe
- integrere værdibaseret personlig brug af sociale medier med et professionelt virke
- skrive sociale medier ind i virksomhedens kommunikationsstrategi - herunder sikre den røde tråd fra virksomhedens strategi og forretning til dens engagement i sociale medier.

Indhold

Uddannelsesretningen har til formål at give de studerende en samlet forståelse af de redskaber, tjenester, metoder, formidlingsformer og funktioner, der knytter sig til professionel brug af sociale medier i journalistik og kommunikation. Den studerende bliver gennem viden om sociale medier og adfærd hos mediebrugerne i stand til at udvikle en brugerinvolverende praksis, hvor dialogbaserede arbejdsprocesser fører til nye journalistiske og kommunikative koncepter og fortælleformer.

Uddannelsesretningen giver den studerende overblik over og viden om de aktuelle teorier og tendenser inden for sociale medier og netværkskommunikation. I teori og praksis arbejder den studerende med alle væsentlige aspekter af idéudvikling, tilrettelæggelse, gennemførelse og evaluering af en formålsbestemt indsats i sociale medier.

Den studerende lærer desuden om de mange nye muligheder for værdiskabelse, der ligger i en strategisk anvendelse af sociale medier i det journalistiske og kommunikative arbejde. Den studerende bliver i stand til at arbejde både operationelt og strategisk med at sikre værdi og sammenhæng fra virksomhedens kommunikation og forretning til dens engagement i sociale medier.

Obligatoriske og retningspecifikke moduler

Gennemgang af læringsmål, indhold og omfang

Ob1) Professionel profil i sociale medier (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om de tilgængelige virkemidler, der er i spil, når man opbygger identitet i sociale medier
- demonstrere kendskab til de personlige såvel som professionelle problemstillinger, der knytter sig til brug af sociale medier
- demonstrere viden om de sociale mediers betydning for individet i netværksøkonomien samt viden om teknologiens betydning for udvikling og brug af sociale medietjenester.

Færdigheder

Den studerende kan

- analysere, tilrettelægge og gennemføre en målrettet strategi for en personlig tilstedeværelse i sociale medier
- effektivt formulere og præsentere overfor relevante målgrupper, hvorfor en bestemt profil i sociale medier er værd at følge
- analysere og tilrettelægge en strategi for digitale personlige brand-elementer
- kende og bruge de fremherskende tjenester til personlig tilstedeværelse i sociale medier
- gennemføre effektmåling og evaluering på et grundlæggende niveau.

Kompetencer

Den studerende kan

- analysere og italesætte redskaber, metoder og processer omkring tilrettelæggelse og eksekvering af en aktiv social medieprofil
- reflektere over virkemidler i sociale medieprofiler i forhold til et givent formål og en given målgruppe
- integrere personlig brug af sociale medier med et professionelt virke.

Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden, praktisk erfaring og egne refleksioner i stand til at tilrettelægge, eksekvere og evaluere en strategi for en målrettet personlig tilstedeværelse i sociale medier.

Modulet omhandler alle de væsentligste aspekter af en velovervejede personlig tilstedeværelse på sociale medier. Med udgangspunkt i en konkret case, som godt kan være den studerende selv, kommer man i forløbet igennem stadiene: Analyse, strategiudformning, målsætning, eksekvering, justering og evaluering/effektmåling.

Ob2) I samspil med brugerne (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om forbrugsmønstre hos moderne mediebrugere samt deres adfærd på de nye medieplatforme
- viden om og kan reflektere over de værktøjer og features (sociale medier) brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere.

Færdigheder

Den studerende kan

- planlægge og skabe brugerinvolvering som en del af en virksomheds kommunikative indsats
- anvende værktøjer som fx Twitter, blogs, moblogs, Facebook, Flickr i forbindelse med den journalistiske proces.

Kompetencer

Den studerende kan

- anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

Indhold

Brugerinvolvering, interaktivitet og brugergeneret indhold er alle begreber for visionen om et tættere samspil med medieforbrugerne. Modulet har til formål at gøre den studerende i stand til at forstå og reflektere over de værktøjer og features (sociale medier), brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere - for sig selv, til hinanden og til de etablerede medier, institutioner og virksomheder. Den studerende skal kunne anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis, bl.a. gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

Rm1) Sociale medier i strategi og kommunikation (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- viden om centrale teorier og begreber inden for emnet sociale medier og netværkskommunikation
- kendskab til mulighederne i sociale medier i forhold til kommunikationsdiscipliner som fx. storytelling, kommunikation af værdier, videndeling, issue management og krisekommunikation
- viden om betydningen af dialog og netværkskommunikation i forhold til traditionel asymmetrisk kommunikation
- viden om hvordan sociale medier kan berige og/eller udfordre virksomhedens kommunikation - herunder hvad det kræver af virksomheden at gå ind i det sociale univers.

Færdigheder

Den studerende kan

- anvende sociale medier
- anvende sociale værktøjer
- overvåge sociale medier og netværkskommunikation og bruge disse som input i virksomhedens kommunikation.

Kompetencer

Den studerende kan

- selvstændigt og i samarbejde udvikle organisationens kommunikation i forhold til netværkskommunikation og sociale medier
- se perspektiverne i de forskellige sociale medier og værktøjer i forhold til en konkret virksomhed
- skrive sociale medier ind i virksomhedens kommunikationsstrategi - herunder sikre den røde tråd fra virksomhedens strategi og forretning til dens engagement i nye sociale medier
- yde kvalificeret rådgivning og sparring om, hvordan en virksomhed skal forholde sig til social-medie-virkeligheden.

Indhold

Den studerende får overblik over og viden om de aktuelle teorier og tendenser inden for sociale medier og netværkskommunikation. Den studerende lærer om de mange nye muligheder for værdiskabelse, der ligger i en strategisk anvendelse af sociale medier i det kommunikative arbejde.

Rm2) Indhold på sociale medier (10 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende har

- overblik over forskellige typer brugeradfærd ift. at forbruge indhold på sociale medier
- viden om forskellige indholdstyper på digitale og sociale medier
- viden om forskellige organiseringsstyper og arbejdsgange ift. at skabe indhold til sociale og digitale medier
- indsigt i de virkemidler, der skaber engagerende eller effektivt indhold til sociale og digitale medier
- kendskab til og kan redegøre for de mest gængse indholdsstrategier.

Færdigheder

Den studerende kan

- bruge en indholdsmodel til at dokumentere eksisterende eller skabe nye indholdstyper til sociale og digitale medier
- skrive indhold, der tager højde for det mediemiljø, det skal indgå i
- udforme en brief og en evaluering af visuelt indhold, produceret af andre.

Kompetencer

Den studerende kan

- rådgive sin organisation ift. at lykkes med og eksekvere på organisationens indholdsstrategi
- planlægge og eksekvere på det indhold, der er planlagt for den organisation, som kursisten arbejder med
- træffe et taktisk valg mellem forskellige indholdstyper ift. organisationens tilgang til sociale og digitale medier
- planlægge og drifte et indholdsøkosystem i egen organisation.

Indhold

Modulet har fokus på det taktiske og praktiske i forhold til at udvikle og producere indhold til digitale platforme. Den studerende lærer at finde og udarbejde effektivt og engagerende indhold til sociale medier, og hvordan man samarbejder med sine kolleger om det. På modulet præsenteres modeller for indholdskoncepter, der gør det muligt for den studerende at skabe tydelige indholdsformater til sociale medier. Den studerende opnår både analytiske, taktiske og praktiske kompetencer i forhold til at være ansvarlig og udførende for indholdsarbejde på digitale og sociale medier i egen organisation.

Rm3) Effektmåling og annoncering på sociale medier (5 ECTS)

Læringsmål

Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om metoder til opstilling af formål, delmål og konkrete succeskriterier for professionel brug af sociale medier
- demonstrere viden om design af effektmåling af professionel brug af sociale medier
- demonstrere viden om design af overvågningskoncepter til brug for emne-bestemt overvågning af sociale medier.

Færdigheder

Den studerende kan

- tilrettelægge og udføre effektmåling af en indsats i sociale medier med relevante værktøjer
- anvende metoder og redskaber til automatiseret og systematisk overvågning af emne-bestemt indhold i sociale medier
- søge efter og arkivere indhold fra sociale medier.

Kompetencer

Den studerende kan

- analysere og tilrettelægge effektmåling af en indsats i sociale medier med udgangspunkt i strategi, målsætninger og konkrete succeskriterier
- på baggrund af effektmåling af indhold i sociale medier anviser strategier for korrigerende og forbedrende handleplaner i forhold til opstillede mål
- tilrettelægge effektiv overvågning af sociale medier for medier, brands og til personligt brug.

Indhold

Modulet har til formål gennem teori, ny viden og praktisk erfaring at give den studerende viden på to områder:

1) Hvordan man opstiller et overvågningskoncept med henblik på at følge samtaler og indhold i sociale medietjenester.

2) Hvordan man udformer succeskriterier for en indsats i sociale medier og efterfølgende designer og implementerer effektmåling af indsatsen.

Den studerende får på modulet overblik over såvel metoder og principper som konkrete redskaber og tjenester.

Bilag 4 - oversigt over moduler og prøveformer

Alle prøver kan aflægges individuelt eller i grupper på max 2 personer. Ved gruppeopgaver forøges sidetal i opgavens omfang og minuttal ved evt. mundtlig eksamen med 50%.

Navn	ECT S	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	Kommunikation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik
Adfærdskommunikation - få din målgruppe til at handle	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
AI for journalister	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Analytisk formidling (tidl.: Formidling af forståelse og sammenhæng)	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Ekstern censur	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Bladudvikling	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Brandingstrategi og kampagner	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Ekstern censur	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Corporate Journalism	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Creative Media Management	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (45 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Det fotografiske portræt – personlighed og fortælling	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Den perfekte videofortælling	10	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Det kritiske interview	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Brugerdrevet udvikling af digitalt medieindhold	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Digital lokaljournalistik – nye formater og forretningsmodeller	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Digital transformation for kommunikatører	5	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Navn	ECT S	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	Kommunikation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik
Fotoprojekter – skab stærke billedfortællinger	10	Skriftlig og mundtlig. Fotojournalistisk projekt samt refleksionsrapport, 10 sider (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Fotojournalistik
Forandringskommunikation	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	valgfri
Fortæl historien	10	Skriftlig og mundtlig. Artikel og rapport, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Fortæl historien visuelt (tidl.: Formidlings-former i den visuelle journalistik)	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Fotojournalistikkens sprog	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Gransk dit sprog	5	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
I samspil med brugerne	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 12-15 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Innovation - fra brugerbehov til færdigt koncept	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Issue Management: Styr organisationens omdømme	5	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Journalistik for kommunikatorer	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikationsledelse	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikations- og PR-strategi	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider.	Ekstern censur	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Navn	ECT S	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	Kommunikation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik

Kommunikationsplan-lægning	10	Skriftlig. Bunden opgave, 10 sider.	Ekstern censur	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Indhold på sociale medier	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider.	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Krisekommunikation	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kunstig intelligens for kommunikatører	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5-7 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Media Connectivity - nå brugerne med smart indhold	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Media Entrepreneurship	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mediaflow - indhold på alle platforme	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Medarbejderne som strategiske kommunikatører	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mundtlig formidling	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mål resultatet af din kommunikation	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Nye videoformater på web og mobile platforme	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Effektmåling og annoncering på sociale medier	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 side	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Navn	ECTS	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	Kommunikation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik

Perspektiv, viden og væsentlighed	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Podcast for professionelle	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Portrættet - træng ind bag facaden	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Professionel medietræner	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Procesledelse	5	Skriftlig og mundtlig. Synopsis, 2 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Professionel profil i sociale medier	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Agil projektledelse – styr dine medieprojekter effektivt	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Retorik – formidling der fænger	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Rådgiverens gennemslagskraft	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Samfundsansvar og strategisk CSR-kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Samfundsjournalistik - fra velfærd til livsstil	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Skab kvalitet i den interne kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Skab værdi med din kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Smart webstrategi	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sociale medier i strategi og kommunikation	10	Skriftlig projekt opgave, 16 sider.	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Navn	ECT S	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	Kommunikation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik

Spin og professionel politisk kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Strategisk kommunikation i praksis	10	Skriftlig. Projekt opgave, 16 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Strategisk rådgivning i praksis	5	Skriftlig projekt opgave	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Styrk kommentarsporet: Moderation på sociale medier	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sæt dagsorden med din sundhedskommunikation	5	Skriftlig projekt opgave	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sådan læser vi på print, web og mobil	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
The Short Documentary Film (Den korte videodokumentar)	10	Skriftlig og mundtlig. Videoprodukt samt refleksionsrapport, 10 sider (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Fotojournalistik
Videnskabsformidling (tidl.: Forskningsformidling)	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Virtuel facilitering af møder og samarbejde	5	Skriftlig. Projekt opgave. 5 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Værdien af omdømme	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfrit
Webvideo i virksomhedens kommunikation	10	Skriftlig. Projekt opgave med videoprodukt, 10-12 sider	Intern censur	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri