

Strategi for Danmarks Medie – og Journalisthøjskole

Den strategiske udfordring

Fra 2009 til 2011 skal vi udvikle os *fra* et fællesskab af tre nicheaktiviteter med hver sin selvforståelse og hver sin profil blandt målgrupper og samarbejdspartnere – plus en tværgående ressourceenhed - *til* én dynamisk institution, der udbyder uddannelser, driver forskning og udvikling, udbyder efter- og videreuddannelse samt fungerer som videncenter for mediebranchen.

Det skal ske i en balance, hvor vi *udadtil* baserer os på styrken i at fremstå med de tre på medieområdet anerkendte enheder, Journalisthøjskolen, Mediehøjskolen og Update, men *indadtil* nedbryder de interne barrierer, så vi gradvist bliver til og over tid også *udadtil* fremstår som én institution.

Nye uddannelser og ydelser skal skabes med maksimal brug af vore kompetencer på tværs og internt ses som fælles tiltag, uanset hvilket af *udadvendte* varemærker de kanaliseres til omverdenen igennem.

Mens vi gennemgår en sådan indre udvikling, skal vi være i stand til i tilstrækkelig grad at opfange de ændringer i behov og muligheder, som udviklingen i vores mediemæssige omverden byder på og i tilsvarende grad løbende udvikle vores uddannelser, forskning, formidling og rådgivning.

Denne strategiplan opridser i hovedtræk de bærende antagelser, principper, værdier og mål, som danner udviklingsrammen. I bilaget **Strategioplæg 2009-2011** uddybes og konkretiseres de enkelte områder, ligesom de bagvedliggende analyser indgår.

Når bestyrelsen har behandlet indholdet af denne strategiplan, vil højskolens ledelse i tæt samarbejde med medarbejderne foretage den endelige prioritering og derefter udarbejde implementeringsplanen for det første år i strategiperioden, 2009, til forelæggelse ved bestyrelsesmødet i december 2008 sammen med budget 2009.

Mission

Missionen udtrykker vores overordnede formål, det vi er her for:

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole er et globalt orienteret medieuddannelses- og videntcenter, som dækker samfundets og mediebranchens behov for professionsrettet videregående uddannelse, efter- og videreuddannelse og videntcenterfunktioner samt driver forskning og udvikling.

Vision

Visionen er den ledestjerne, som vi arbejder hen imod:

Vi vil i 2015 være en af verdens ti mest anerkendte internationale uddannelses- og videntcentre inden for højskolens område, helt på forkant med den udvikling digitaliseringen har medført på medieområdet, og med afgørende betydning i Danmark for demokratiet, samfundet og mediebranchens udvikling. Vi har i 2015 gennemført en markant kvalitativ og kvantitativ vækst drevet af god ledelses- og samarbejdskultur og sikker forretningsorientering.

VÆRDIER

Vi favner både betydningen for demokratiet og det kommercielle sigte

Vi vil bevare den helt afgørende forståelse af journalistikkens betydning for demokratiet og idealet om den oplyste, beslutningsdygtige borger – samtidig med at vi kan rumme rent kommercielt sigtende uddannelser og aktiviteter.

Vi forener forskning og professionsnærhed

Med egen forskning/udvikling og et tæt relation til mediebranchen står vi for en unik kombination af teori og praksis. Vi uddanner medarbejdere, der i professionerne er de bedste fra første dag og samtidig har fået fundament til yderligere uddannelse.

Vi ønsker en stærk og positiv virksomhedskultur

Som videnorganisation skal vi bindes sammen af en stærk og positiv virksomhedskultur baseret på lige respekt for alle medarbejdere uanset deres arbejdsområde, på åben og positiv dialog, plads til kreativitet og innovation, vilje til samarbejde og god ledelse.

Vi ønsker et attraktivt og eftertragtet studiemiljø

Som uddannelsesinstitution skal vi skabe et attraktivt studiemiljø præget af glade og engagerede studerende, søgt af unge med stort potentiale og med evne til at fasthold dem gennem hele studieforløbet.

INDSATSOMRÅDER

1. International/global kompetence

Vi skal udbygge vores internationale kompetencer, så vi er på højde med det niveau af internationalisering, der passer til branchen og dens medarbejdere samt samfundsudviklingen i øvrigt.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 1.1 Mulighed for at tage dele af uddannelsen i udlandet på alle vore bacheloruddannelser.
- 1.2 Udvikle udbuddet af fremmedsproget uddannelse for at tiltrække internationale studerende.

- 1.3 Udvikle muligheden for at bruge internationale undervisere i alle uddannelser.
- 1.4 Øge medarbejdernes internationale kompetencer gennem udveksling og mulhed for deltagelse i internationale projekter og aktiviteter.
- 1.5 Analyse af mulighederne i internationale fælles grader (joint degrees).

2. Den samfundsmæssige opgave

Vi skal tydeliggøre vores rolle i forhold til den samfundsmæssige og demokratiske udvikling, både som institution og ud fra de enkelte fagområder.

2.1 Synliggørelse af institutionens og fagområdernes samfundsmæssige bidrag, herunder vores indsats omkring kompetenceudvikling og livslang læring.

2.2 Aktiv deltagelse i samfundsdebatten på de områder, som vores fagområder og discipliner berører, f.eks. på områderne journalistik, designprocesser og ledelse.

3. Faglighed og kvalitet

Vi ser fagligt lederskab som forudsætning for at kunne sikre høj søgning, høj gennemførelsesgrad, høj beskæftigelsesgrad for dimittender samt efterspørgsel efter videre- og efteruddannelse, rådgivning og udviklingsopgaver. Udviklingen af fagligt lederskab skal understøttes gennem kompetenceudvikling og fokus på kvalitet.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 3.1 Metode- og kompetencemål for al uddannelse.
- 3.2 Kompetenceudviklingsplaner for alle undervisere/fagmedarbejdere.
- 3.3 Fokus på professionsuddannelsesideen: "de bedste fra første dag".
- 3.4 Løbende effektivisering ind som aspekt i fremtidig udvikling af undervisning.
- 3.5 Akkreditering af alle bekendtgørelsesbaserede uddannelsesaktiviteter.
- 3.6 Indførelse af kvalitetssikringssystem.
- 3.7 Forstærket indsats mod frafald i alle afskygninger

4. Dækning af mediebranchens behov

Vi skal dække mediebranchens behov for professionsrettet videregående uddannelse, efter- og videreuddannelse og videncenterfunktioner. Vi definerer "mediebranche" bredt, men vi afgrænser os til medieområdet med fokus på journalistik, kommunikation, design, medieteknologi og medieledelse.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 4.1 Fuld udbygning af de eksisterende uddannelser, hvor der er givet øget optag.
- 4.2 Start på nye BA uddannelser og/eller specialiseringer af eksisterende.
- 4.3 Kortlægge brobygningsbehov til andre uddannelser samt internt..
- 4.4 Analyse af hvordan vi på langt sigt kan udnytte den landsdækkende platform.
- 4.5 Forsat udbygning af længerevarende uddannelser sammen med universiteter.
- 4.6 Gensidig kompetencebrug i eksisterende uddannelser hvor det giver mening.
- 4.7 Fælles udvikling og udbud af efter- og videreuddannelse og kursusaktivitet.
- 4.8 Fælles kompetence- og videncenterfunktion (inkl. konsulentvirke).
- 4.9 Nært samarbejde med branchen om at følge behovsudviklingen.
- 4.10 Model for hvordan vi kan bidrage til innovationen i branchen, herunder skabelse af vækstlag af nye innovative medievirksomheder.

5. Egen forskning og udvikling

Vi vil fastholde og udbygge forskning på flere niveauer, fra videnskabelig forskning over anvendt forskning til praksisfunderet metodeudvikling. Højskolens forskning og udvikling skal udfordre vor fags idealer, kompetencer og færdigheder i samspil med samfundets medieformer og –kulturer.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 5.1 Nye forskerstillinger på udvalgte områder.
- 5.2 Synliggørelse af igangværende forskning/udvikling ved løbende publicering af projekter og resultater.
- 5.3 Øget inddragelse af undervisere og studerende i forskning/udvikling.
- 5.4 Fremadrettet strategisk planlægning af forskningsaktivitet.
- 5.5 Udbygning af nationalt forskningssamarbejde.
- 5.6 Udbygning af samarbejdet med både nationale og internationale universiteter og forskningsinstitutioner inden for journalistik og medier.
- 5.7 Øget tilførsel af nye forskningsmidler gennem ekstern finansiering.

6. Den attraktive arbejdsplads

Som organisation sammensat af enheder med meget forskellige selvopfattelser, traditioner og ledelsespraksis, har vi brug for udvikle en fælles kultur, hvor værdier er styrende med henblik på at skabe en attraktiv arbejdsplads for alle.

- 6.1 Underviserne skal kunne bruge deres viden og kompetencer på tværs inden for alle de områder, vi som medieuddannelses- og videncenter omfatter.
- 6.2 Kompetenceudvikling for enhver medarbejder.
- 6.3 Fælles, gennemsigtige ansættelses- og lønprincipper styret af kompetence, funktion og aktivitetsdeltagelse.
- 6.4 Kommunikation baseret på åbenhed og mulighed for deltagelse.
- 6.5 Løbende ledelsesudvikling.
- 6.6 Udvikling af en trivselskultur, herunder brug af trivselsmålinger.

7. Forretningsorientering

Gennem forretningsorientering skal vi sikre evnen til at skabe økonomisk råderum. Gennem høj effektivitet i både undervisning og anden faglig aktivitet samt i administration og støttefunktioner, skal vi sikre, at vi kan udvikle højskolen tilstrækkeligt inden for det økonomisk råderum, som vi kan skabe.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 7.1 Udvikling af forretningsplaner for øget markedsindtjening på udvalgte områder.
- 7.2 Strategiunderstøttende forretningsmodeller for markedsvendt aktivitet.
- 7.3 Økonomiske styringsredskaber mv., der fremmer underviseres deltagelse i efter- og videreuddannelse samt virksomhedsprojekter/rådgivning.
- 7.4 Opbygning af udviklingspuljer med eksterne midler og afkast fra indtjening.
- 7.5 Investering i nye indtjeningsområder baseret på holdbare forretningsmodeller.
- 7.6 Samarbejde og strategiske alliancer, så udviklingsomkostninger kan deles.

- 7.7 Øge udbud af fremmedsproget uddannelse til balance mellem antal studerende, der rejser ud i dele af forløbet, og det antal, der kommer til os udefra.

8. Tværgående funktioner skal styrke den faglige værdiskabelse

De tværgående administrations- og servicefunktioner skal videreudvikles med det formål at understøtte værdiskabelsen i alle vore aktiviteter som medieuddannelses- og videncenter samt at fremme højskolens udviklingsaktiviteter.

MÅL OG PRIORITERINGER I STRATEGIPERIODEN

- 8.1 Samle alle højskolens ressourcefunktioner i én tværgående organisation med høj faglig og teknologisk standard.
- 8.2 Fastlæggelse af succeskriterier for samspil med de faglige afdelinger.
- 8.3 Udvikling af tværgående systemer på væsentlige områder, herunder ledelsessystemer.
- 8.4 Løbende udvikling af produktiviteten gennem udnyttelse af fremtidige teknologiske og organisatoriske muligheder.
- 8.5 Iværksætte løsninger til ny placering i Århus eller renovere bygning på Olof Palmes Alle 11, samt finde og indarbejde langtidsholdbar løsninger vedr. Emdrupvej og Vennelystparken.