

# **STUDIEORDNING**

## **DIPLOMUDDANNELSE I DIGITAL JOURNALISTIK**

### **UDDANNELSESRETNING: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT**

**SEPTEMBER 2013**

## INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INDLEDNING .....	3
2. UDDANNELSENS FORMÅL .....	3
3. UDDANNELSENS VARIGHED .....	4
4. UDDANNELSENS TITEL .....	4
5. ADGANGSKRAV.....	4
6. UDDANNELSENS MÅL FOR LÆRINGSUDBYTTE, STRUKTUR OG INDHOLD.....	5
6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	5
6.2 Uddannelsens struktur .....	6
7. AFGANGSPROJEKT .....	7
7.1 Læringsmål for afgangprojektet .....	7
7.2 Udarbejdelse af afgangprojekt.....	8
8. UDDANNELSENS PÆDAGOGISKE TILRETTELÆGGELSE .....	8
8.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	8
8.2 Evaluering.....	8
9. PRØVER OG BEDØMMELSE .....	8
9.1 Tilmelding til eksamener .....	9
9.2 Sygdom .....	9
9.3 Krav vedr. deltagelse i eksamener .....	9
9.4. Eksamensreglement om afholdelse af prøver.....	9
9.5 Framelding af eksamen.....	10
10. MERIT.....	10
11. CENSORKORPS .....	10
12. STUDIEVEJLEDNING .....	11
13. KLAGER OG DISPENSATION.....	11
14. OVERGANGSORDNINGER.....	12
15. RETSGRUNDLAG.....	12
BILAG 1 OBLIGATORISKE MODULER.....	14
Ob2) I samspil med brugerne (10 ECTS) .....	15
BILAG 2 VALGFRIE MODULER.....	16
Vf1) Styr sikkert på alle medier (5 ECTS) .....	16
Vf2) Smart webstrategi (10 ECTS) .....	17
Vf3) Levende billeder på web og mobile platforme (5 ECTS).....	17
Vf4) Webledelse (5 ECTS).....	18
Vf5) Projektstyring fra A til Z (5 ECTS).....	19
Vf6) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS).....	20
Vf7) Procesledelse (5 ECTS).....	20
Vf8) Det kritiske interview (5 ECTS).....	21
Vf9) Retorik – formidling der fænger (5 ECTS) .....	22
Vf10) Fortæl historien (10 ECTS) .....	23
Vf11) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS) .....	24
Vf12) Sådan læser vi på web, print og tablets (5 ECTS) .....	24
Vf13) Digitale fortællinger - tablet og mobil (10 ECTS).....	25
BILAG 3 UDDANNELSESRETNING I SOCIAL MEDIA MANAGEMENT .....	27
Ob2) I samspil med brugerne (10 ECTS) .....	29
Rm1) Sociale medier i strategi og kommunikation (10 ECTS) .....	30
Rm2) Koncepter og workflow i sociale medier (10 ECTS) .....	31
Rm3) Overvågning og effektmåling på sociale medier (5 ECTS).....	32
BILAG 4 MODULER OG PRØVEFORMER.....	34

## 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 fagområdet 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 for 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 for 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 (VUU) 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 a 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

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 smart phones 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 reflektivt 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 igangsætter, at 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 der 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, valgfri 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 til bilag 2.

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

Afgangsprøven på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprøven skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprøvens 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 afgangsprøven, 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. Afgangsprøjsjekt

### 7.1 Læringsmål for afgangsprøjsjektet

#### 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 afgangsprøjsjektet og øvrige moduler i uddannelsen

#### Indhold

Formålet med afgangsprøjsjektet 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.

Afgangsprøjsjektet 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 afgangsprøve

To måneder efter afgangsprøveperioden er gået i gang afleverer den studerende en synopsis, som er en 2-4 sideres sammenfatning af afgangsprøves formål og indhold. Synopsis skal godkendes af vejleder inden den fastsatte afleveringsdato og fastlægges ved godkendelsen og efterfølgende aflevering emnevalg for afgangsprøvet.

Der er i alt ti timer til rådighed til faglig vejledning, som kan benyttes frem til aflevering af afgangsprøvet.

# 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 både skriftligt og mundtligt 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 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 sygemelding er den studerende automatisk tilmeldt første mulige eksamen efter raskmeldingen.

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

### 9.3 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.

### 9.4. 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 §17.

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 afgangsprøvet skal der i henhold til eksamensbekendtgørelsens § 34, stk. 2 udover 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.

## 9.5 Framelding af eksamen

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

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole  
Att. Uddannelsesadministrationen, Efter- og videreuddannelsen  
Olof Palmes Allé 11  
8200 Århus N

Eller mail: [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk)

Eller til:  
Syddansk Universitet  
Det Samfundsvidenskabelige Fakultet  
Campusvej 55  
5230 Odense M

Eller mail: [office@sam.sdu.dk](mailto: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 uddannelsesadministrationen 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 [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk). Eller til Syddansk Universitet på [office@sam.sdu.dk](mailto:office@sam.sdu.dk)

## 11. Censorkorps

Diplomuddannelsen i digital journalistik benytter det af Uddannelses- og Forskningsministeriet godkendte censorkorps for diplomfagområdet medie og kommunikation.

## 12. Studievejledning

I studievejledningen på [www.dmjx.dk/diplom](http://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](http://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

[http://www.sdu.dk/Efter\\_videreuddannelse/Generelle\\_informationer/Kontakt\\_os](http://www.sdu.dk/Efter_videreuddannelse/Generelle_informationer/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://moodle.dmjx.dk/mod/page/view.php?id=1637>

eller

[http://www.sdu.dk/Information\\_til/Studerende\\_ved\\_SDU/Eksamen/Eksamensklager.aspx](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 sendes til:

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole  
Att. Uddannelsesadministrationen, Efter- og videreuddannelsen  
Olof Palmes Allé 11  
8200 Århus N

Eller mail: [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk)

Eller til:  
Syddansk Universitet  
Det Samfundsvidenskabelige Fakultet  
Campusvej 55  
5230 Odense M

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

Eller mail: [office@sam.sdu.dk](mailto:office@sam.sdu.dk)

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 nærværende 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 fortælling – 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](http://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 personline 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 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 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) Styr sikkert på alle medier (5 ECTS)

#### Læringsmål

##### Viden

Den studerende har

- Viden om og kan reflektere over de visuelle muligheder, formidlingsformer og -metoder på de forskellige medieplatforme - herunder sociale medier og mobile platforme
- Viden om og kan reflektere over planlægning af den fler- og tværmedielle indsats, både teoretisk og i forhold til praksis
- Viden om redaktionelle organisationsformer, funktioner og roller i flermedielle mediehuse og kommunikationsvirksomheder.

##### Færdigheder

Den studerende kan

- Indgå i et professionelt samarbejde med andre faggrupper på tværs af en medie- eller kommunikationsvirksomhed
- Forholde sig reflektivt og strategisk til organisationsformer, roller og funktioner i en medie- eller kommunikationsvirksomhed
- Formidle historier så de visuelle muligheder og styrker på de valgte medieplatforme udnyttes bedst muligt i forhold til den valgte målgruppe

##### Kompetencer

Den studerende kan

- Selvstændigt og i samarbejde med andre anvende visuelle teknikker og virkemidler til at formidle og fortælle kreativt og forståeligt på forskellige medieplatforme
- Gennemskue et bredt spekter af medieplatforme – analoge, digitale, mobile og sociale medier – og vurdere, prioritere og begrunde valg af platforme ved konkrete formidlingsopgaver
- Vælge, producere og udvikle det relevante visuelle indhold til de valgte medieplatforme
- Indgå i et professionelt samarbejde med andre faggrupper på tværs af medie- eller kommunikationsvirksomheden

##### Indhold

Den studerende indføres teoretisk og praktisk i, hvordan den fler- og tværmedielle indsats organiseres, planlægges og udføres. Med historien og budskabet i centrum for den journalistiske og kommunikative indsats lærer den studerende at tilrettelægge og fortælle på tværs af platformene. Formålet er at den studerende gennem kendskab til platformenes særlige styrker, strategisk planlægning, nye organisationsformer og roller bliver i stand til at arbejde mere effektivt, men samtidigt også mere kreativt, når historien skal fortælles og formidles til de forskellige platforme – herunder nye sociale og mobile platforme.



## Vf2) 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 webstrategi 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 begrundes 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.

## Vf3) Levende billeder på web og mobile platforme (5 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende har

- Viden om grundlæggende fortælle teori og dramaturgi for levende billeder
- Viden om genreforhold og nye brugerinvolverende eller kontekstafhængige fortælleformer for levende billeder på web og andre mobile platforme

- Viden om brugernes anvendelse af de nye visuelle og brugerinvolverende medier

#### **Færdigheder**

- kan udvikle og producere egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme
- kan arbejde med levende billeder i en fortælle-mæssig kontekst af andre udtryksformer – fx foto og tekst på web

#### **Kompetencer**

- kan identificere og anvende de nye visuelle og fortælle-mæssige muligheder på de nye platforme

#### **Indhold**

Alle medier og virksomheder har nu de tekniske muligheder for at kunne fortælle fascinerende visuelle nyheder og historier på nettet og på de mobile platforme. På modulet præsenteres og diskuteres teorier og erfaringer omkring genrebestemmelse og fortælleformer for levende billeder på web og andre mobile platforme. Formålet er, at den studerende bliver i stand til at kunne forstå de nye visuelle og fortælle-mæssige muligheder samt modtagernes brug af disse udtryksformer med henblik på at kunne udvikle og producere egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme.

### **Vf4) Webledelse (5 ECTS)**

#### **Læringsmål**

##### **Viden**

Den studerende har

- Viden om organisationsmodellernes betydning for webbens ledelse
- Viden om ledelsesmetoder herunder systemisk ledelse og håndtering af krydspres
- Viden om projektorganisering og projektledelse

##### **Færdigheder**

Den studerende kan

- Identificere de forstyrrelser web giver i forhold til intern ledelseskultur
- Anvende systemisk interviewteknik i relation til ledelsesarbejdet
- Anvende værktøjer til håndtering af krydspres og konflikter

##### **Kompetencer**

Den studerende kan

- Anvende redskaber og metoder til afstemning af forventninger, rollefordeling og ansvar i forhold til såvel indholdsleverandører som organisationens ledelse
- Opstille strategisk og operationelle mål for webledelse på basis af organisationens vision og mission
- Udarbejde en organisations- og virksomhedsplan for web i relation til egen organisation samt rolleafklaring mht. ledelse af web

## Indhold

Den studerende introduceres til centrale metoder og redskaber, som bruges til ledelse af web. Modulet fokuserer på praktisk anvendelse af ledelses- og organisationsteori i forhold til den særlige ledelsesudfordringen som en webleder har i forhold til at lede og styre på tværs af en organisations almindelige struktur. Den studerende skal med udgangspunkt i egen personlige erfaringer se de handlemuligheder, der er for ledelsesarbejdet også når weblederen ikke er tillagt chefkompetence. Målet med forløbet er, at den studerende kan arbejde situationsbestemt med egen ledelse i forhold til indholdsleverandører og øverste ledelse, at kunne opstille mål for webarbejdet og opbygge en organisering af webarbejdet i forhold til egen organisation.

## Vf5) Projektstyring fra A til Z (5 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende har

- Viden om projektstyrings teorier, værktøjer og metoder
- Viden om nye teambaserede organisationsformer, nye roller og funktioner i den projektorienterede organisation

#### Færdigheder

Den studerende kan

- Arbejde systematisk og målrettet med et projekt gennem alle dets faser fra idékvalificering, målformulering og udførelse
- Forstå og anvende projektstyring i forbindelse med løsning af konkrete formidlingsopgaver

#### Kompetencer

Den studerende kan

- Påtage sig ansvar for at planlægge, organisere og styre en afsat mængde ressourcer frem mod et fastlagt mål
- Indgå i tværfaglige samarbejder og projekter og medvirke til at skabe dialog og sammenhæng mellem de forskellige fagligheder og kompetencer i en medie- og kommunikationsvirksomhed

## Indhold

På modulet præsenteres den studerende for projektstyrings værktøjer og metoder samt projektlederens ansvar og rolle. Målet er, at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde systematisk og målrettet med et projekt gennem alle dets faser fra idékvalificering, målformulering og udførelse – til afslutning, aflevering og evaluering. Den studerende bliver i stand til at kunne påtage sig projektlederens ansvar og opgave med at planlægge, organisere og styre en afsat mængde ressourcer frem mod et fastlagt mål.

## Vf6) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende har

- Den studerende kan
- Viden om centrale teori og metoder til idéudvikling og til at skabe innovation i virksomheder eller organisationer
- Viden om innovationsprocessens forskellige faser – fra løs ide 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.

## Vf7) 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 meningskabelse 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 organisationer

### **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.

## **Vf8) Det kritiske interview (5 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende

- Forstår betydningen af en bevidst og systematisk tilgang til praktisk journalistik
- Forstår betydningen af at kunne reagere spontant som interviewer
- Forstår, hvad der ligger i begreberne kritisk og opklarende
- Kender og forstår en vifte af analyseredskaber i den forbindelse

### **Færdigheder**

Den studerende kan

- Analysere en 'sag' forud for og undervejs i researchen
- Bruge en argumentanalyse
- Analysere hvilke strategier, journalist og kilde har brugt i et givet interview
- Analysere de enkelte svar i et givet interview mhp om de var klare, relevante, acceptable og tilstrækkelige

### **Kompetencer**

Den studerende kan

- Planlægge og gennemføre en interviewstrategi
- Forberede sig på en kildes mulige forsvarsstrategi
- Så småt analysere sit eget interview undervejs for klarhed, relevans, acceptabilitet og tilstrækkelighed – og reagere hensigtsmæssigt på evt. mangler

### **Indhold**

Formålet med modulet er at give de studerende et begrebsapparat, som kan forbedre deres muligheder for at arbejde bevidst og systematisk med forberedelse og gennemførelse af et kritisk interview, sådan at de kan reagere velforberedt spontant i situationen.

Modulet vil indføre de studerende i

- Opfriskning af grundlæggende spørgeteknik
- Redskaber til at analysere en sag som forberedelse til et interview
- Grundlæggende argumentanalyse
- Kilders forsvarsstrategier
- Interviewstrategier
- Redskaber til at analysere sit interview med mens det foregår: Er dette svar i orden?

## **Vf9) Retorik – formidling der fænger (5 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende

- Kender retorikkens historie i hovedtræk og forstår såvel den brede som den smalle definition af faget
- Kender og forstår retorikkens kernebegreber
- Kender og forstår de etiske aspekter af retorikken

#### **Færdigheder**

Den studerende kan

- Analysere egne og andres argumenter
- Identificere brugen af logos, etos og patos i en given tekst
- Identificere topoi i en given tekst
- Identificere klassiske stilfigurer i en given tekst

#### **Kompetencer**

Den studerende kan

- Analysere en retorisk situation, han/hun kender, ved hjælp af fagets begreber
- Udvælge de topoi, der passer til netop den retoriske situation
- Bygge en passende tekst op under hensyntagen til netop den retoriske situation

### Indhold

Formålet er at give de studerende et begrebsapparat, som kan forbedre deres muligheder for at arbejde bevidst med persuasive tekster. Samt en vis øvelse i at bruge begreberne.

Modulet indfører de studerende i

- Retorikkens historie og felt
- Retorikkens etik
- Retorikkens centrale begreber, først og fremmest Logos-etos-patos, Topik, Persuasio, Aptum/Kairos, Den retoriske situation, Genreopdelingen, Apologia og Argumentation.

## Vf10) 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
- 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, sceniske og panoramisk fremstilling samt fortællepositioner
- gennemføre research og interview der giver det nødvendige information til fremstilling af scenisk fremstilling eller fremstilling af personers tanker og følelser.

#### Kompetencer

Den studerende kan

- Identificere og idéudvikle journalistiske historier, som 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.

## **Vf11) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende ar

- 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

- Selvstændig 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.

## **Vf12) Sådan læser vi på web, print og tablets (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 – menings-overgange – 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.

## **Vf13) Digitale fortællinger - tablet og mobil (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende kan

- Demonstrere viden om forandringer og drivkræfter i det digitaliserede samfund, der definerer vilkårene for kommunikation i tiden
- Demonstrere kendskab til de nye håndholdte og stationære platforme og deres sameksistens med tv og papirmedierne
- Demonstrere viden om journalistiske metoder, genrer, visualisering og berettermodeller i teori og praksis og udtrykt i en relevant fagterminologi

## Færdigheder

Den studerende kan

- Udarbejde et story board for e-publicering på web og håndholdte mobile medier som iPad og iPhone
- Analysere og planlægge versionering af journalistisk indhold til de forskellige digitale platforme
- Planlægge og gennemføre produktionen af en journalistisk multimediefortælling i rollen som fortællingens projektleder
- Bidrage til produktionen af en digital fortælling med ideer, indhold, tekst, fotos og enkle multimedie-elementer

## Kompetencer

Den studerende kan

- Analysere og italesætte produktionsprocessen bag en digital fortælling og reflektere over virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe – brugernes behov og adfærd
- Vælge relevante journalistiske og visuelle udtryk, styre det narrative forløb og optimere brugen af multimedieelementerne video, soundslides, audio m.m.
- Sætte den digitale kommunikation og produktion ind i en samfundsmæssig kontekst baseret på viden om medieudviklingen, de sociale medier og de digitale platformes potentialer

## Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden og praktisk erfaring i stand til at italesætte, projektlede og aktivt bidrage til produktionen af en digital fortælling.

Modulet omhandler hele processen bag journalistiske multimedieproduktioner:

Konceptudvikling, indsamling af stof, produktion og offentliggørelse. Den studerende placeres i en rolle som fortællingens projektleder (story builder). Via identifikation af målgrupper, behov og formål og styret af et story board skal de studerende i grupper fremstille en journalistisk fortælling for web, iPad og iPhone.

## 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 inden for 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 inden for 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 anvise 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 ideudvikling, 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 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 personline 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 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 mediebrugerne 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 mediebrugerne 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, issues 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 – som fx blogs, Facebook, Twitter, LinkedIn, Wiki
- Anvende sociale værktøjer – som fx Delicious, Dropbox, Evernote

- 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) Koncepter og workflow i sociale medier (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende kan:

- Demonstrere viden om de faktorer, der har indflydelse på spredning og popularitet af indhold i sociale medier
- Demonstrere viden om de fremherskende sociale medietjenester og deres særkender, virkemåder og anvendelsesmuligheder
- Demonstrere kendskab til de vilkår, muligheder og problemstillinger, der omgiver medier, som opererer i realtid
- Demonstrere kendskab til de organisatoriske roller som er i spil, når der opereres med en tilrettelagt og målsat indsats i sociale medier.

#### **Færdigheder**

Den studerende kan

- Analysere og tilrettelægge en værdiskabende indsats i sociale medier med udgangspunkt i strategi og målsætninger
- Forstå og anvende effektive visuelle virkemidler i en social mediesammenhæng
- Tilrettelægge og udføre effektmåling af en indsats i sociale medier inklusive opstilling af målsætninger
- Systematisk overvåge, lytte til og interagere med relevante samtaler og relevant indhold i sociale medier
- Søge efter og arkivere indhold fra sociale medier.

## Kompetencer

Den studerende kan:

- Analysere og italesætte redskaber, metoder og processer omkring eksekveringen af konkrete koncepter i sociale medier samt reflektere over virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe
- Analysere og tilrettelægge brug af sociale medier som et integreret element i storytelling
- Analysere og afpasse brug af sociale medier i en juridisk kontekst, sådan at der opereres med de digitale tjenesters brugsbetingelser på et oplyst grundlag.

## Indhold

Modulet har til formål at give de studerende et bredt kendskab til de tjenester, værktøjer, metoder og roller der knytter sig an til professionel brug af sociale medier i journalistik og kommunikation. Den studerende sættes gennem teori, ny viden og praktisk erfaring i stand til at tilrettelægge og eksekvere koncepter for værdiskabende anvendelse af sociale medier. Modulet omhandler væsentligste aspekter af ideudvikling, tilrettelæggelse, gennemførelse og evaluering af en formålsbestemt indsats i sociale medier.

## Rm3) Overvågning og effektmåling 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 prøveform

Navn	ECTS	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	TILRETTE - LÆGGELSE	HJÆLPE- MIDLER	Kommuni- kation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik
Bladudvikling	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Brandingsstrategi og kampagner	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Corporate Journalism	10	Skriftlig. Projekt opgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Creative Media Management	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (45 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Det kristiske interview	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Digitale fortællinger – tablet og mobil	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Formidling af forståelse og sammenhæng	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Fortæl historien	10	Skriftlig og mundtlig. Artikel og rapport, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Fortæl historien visuelt (tidl.: Formidlingsformer i den visuelle journalistik)	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Gransk dit sprog	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
I samspil med brugerne	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 12-15 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Innovation - fra brugerbehov til færdigt koncept	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikationsledelse	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikations- og PR-strategi	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikationsplanlægning	10	Skriftlig. Bunden opgave, 10 sider.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Koncepter og workflow i sociale medier	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Krisekommunikation	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Lav dine egne undersøgelser	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Levende billeder på web og mobile platforme	10	Skriftlig. Videoprodukt + projekt opgave, 10 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Media Entrepreneurship	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mobile medier - fra strategi til løsning	5	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mål resultatet af din kommunikation	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Nye videoformater på web og mobile platforme	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Overvågning og effektmåling på sociale medier	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Perspektiv, viden og væsentlighed	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Portrættet - træng ind bag facaden	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Procesledelse	5	Skriftlig og mundtlig. Synopsis, 2 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Professionel profil i sociale medier	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Projekstyring fra A til Z	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Retorik – formidling der fænger	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Rådgiverens gennemslagskraft	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Samfundsjournalistik - fra velfærd til livsstil	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Skab værdi med din kommunikation (tidl.: Forretningsorienteret kommunikation)	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Smart webstrategi	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sociale medier i strategi og kommunikation (tidl. titel: Kommunikation 2.0 - sociale medier)	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Retningsbestemt for Social Media Management	Valgfri
Spin og professionel politisk kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Strategisk kommunikation i praksis 1	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 4	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Strategisk kommunikation i praksis 2	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 4	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Styr sikkert på alle medier	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sådan læser vi på web, print og tablets	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Tal til øjet - ord og billeder i sammenhæng (tidl.: Visuel perception og betydningsdannelse)	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Videnskabsformidling (tidl.: Forskningsformidling)	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Webformidling med video	5	Skriftlig. Videoprodukt samt refleksionsrapport, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Webjournalistik med billeder og lyd	5	Skriftlig. Billed-lydprodukt samt refleksionsrapport, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Webledelse	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Webvideo i virksomhedens kommunikation	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave med videoprodukt, 10-12 sider (30 min.)	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

*\*) Minutal i forbindelse med mundtlig eksamen er inkl. vooting, og sidetal er excl. forside, indholdsfortegnelse og litteraturliste*