

## **Opsamling - Møde i Uddannelsesudvalget den 9. januar 2014**

### **Deltagere:**

#### Udpeget af bestyrelsen:

Thomas Jordan Johannesen, Business Manager, Rambøll

#### Udpeget af uddannelsernes Advisory Boards:

Carsten Skjold Weinreich, Art Director, Bonnier – Grafisk Design

Tommy Saunte, Creative Director / Partner ADNUVO - Interaktiv Design

Maria Becher Trier, journalist, Folkeskolen – Journalistuddannelserne

Martin Gjerløff, strategisk direktør, Saatchi & Saatchi – Kreativ Kommunikation

#### Udpeget af de studerende:

Anders Michael Kristensen, DSR Campus Aarhus

Mikkel Inumineq Jørgensen, DSR Campus København

#### Udpeget af medarbejderne:

Flemming Tait Svith, lektor, Campus Aarhus

Henrik Bent Jørgensen, lektor, Campus København

#### Fra højskolen:

Jens Otto Kjær Hansen, rektor

Lars Poulsen, prorektor

Thomas Rasmussen, videnschef

Sabrina Speiermann, uddannelseschef

Nikolai Christensen, uddannelsesleder

Dorthe Olander, souschef for efter- videreuddannelsen

Solveig Schmidt, kvalitetschef

Jeanne Mørk Hansen, fuldmægtig

#### Deltog ikke:

Lene Tanggaard, professor, ph.d., Aalborg Universitet

Birgitte Quelle, kvalitetschef, VIA University College

Jacob Kahlen, kreativ direktør, Hello Monday

Stig Hoffland, adm. direktør – Prinfo

Claus Ladegaard, områdedirektør, Det Danske Filminstitut

Thomas Rye Dinesen, Partner, Managing Director at Liebling A/S

Reinholdt Schultz, adm. direktør, Mannov – Kommunikationsuddannelsen

## 1. Uddannelsesstrategiske tiltag

JO uddybede skolens tanker på det uddannelsesstrategiske område og fortalte blandt andet, at Rektoratet planlægger at mødes med erhvervsakademierne angående eventuelle samarbejder i nærmeste fremtid. Første møde er allerede afholdt og tyder på en stor interesse for et samarbejde med højskolen.

Højskolens overvejelser om mulighederne og behovet for en ny journalistuddannelse i København blev diskuteret.

Martin Gjerløff bekræftede, at en tekstforfatteruddannelse vil være et vigtigt bidrag til branchen.

Udvalget diskuterede ligeledes højskolens tanker om en uddannelse til en Strategisk planner og anerkendte højskolens betænkeligheder med hensyn til de kompetencer, en sådan uddannelse kan og skal indeholde. Jens Otto Kjær Hansen informerede om, at han og højskolens bestyrelsesformand, Lisbeth Knudsen, den 23. januar 2014 har et møde med repræsentanter fra de fleste reklamebureauer, hvor branchens behov vil blive diskuteret.

Udvalget diskuterede de ændringer, der sker i hele kommunikations- og mediebranchen, hvor der i højere grad efterspørges kandidater, der kan bruge de kommunikative metoder og værktøjer uafhængigt af mediet. Sideløbende med traditionelle kampagner skal der i dag også designes til at skabe de ønskede adfærdsændringer.

Martin Gjerløff skitserede det paradigmeskift som han ser branchen er inde i:

Business Issue	→	Human problem
USP	→	Indsigt
Modtager/målgruppe	→	Deltagere
Budskab	→	Standpunkt
Traditionel kampagne (form)	→	Social kreativitet

## 2. Forskningstemaer

Thomas Rasmussen gennemgik de tre forskningstemaer, som han og højskolens medarbejdere i fællesskab har udvalgt. (Se præsentation i bilag 1)

1. Det medieforbrugende menneske
2. Fremtidens indhold og formater
3. Offentlighed, ledelse og kreativitet

Endvidere præsenterede han forskellige projekter under de tre temaer, der allerede er sat i gang eller vil blive det i nærmeste fremtid. Han opfordrede branchen til løbende at deltage i en dialog om de forskellige projekter og til at komme med de problemstillinger, som de ser i branchen, og som måske kan løses i samarbejde med højskolen.

### 3. Tværfaglige forløb

Dorthe Olander informerede om, at det fra foråret vil være obligatorisk for alle bachelorlinjerne på højskolen at følge et 3-ugers tværfagligt forløb. Der vil både være mulighed for at vælge fag indenfor andre fagligheder end sin egen eller løse projekter sammen med studerende på andre linjer. Kravet til de studerende er, at de ikke må vælge fag indenfor deres egen kernefaglighed, ligesom skolen vil sørge for, at projektdeltagere kommer fra flere forskellige studielinjer.

Hun opfordrer udvalget til at komme med idéer til projekter.

### 4. Institutionsakkreditering, generel orientering

Solveig Schmidt orienterede om den forestående institutionsakkreditering, der vil finde sted i 2015, og som skolen er i fuld gang med at forberede sig på.

Akkrediteringsrådet er endnu ikke endeligt nedsat, men vil blive det i nærmeste fremtid. Første akkrediteringsrunde efter de nye principper vil finde sted i år.

### 5. Eventuelt

Næste møde afholdes den 28. august kl. 10.15 på Campus Øst, Emdrupvej 72.



Bilag 1

# FORSKNING VIDEN INNOVATION



# PLAN FOR FORSKNING VIDEN OG INNOVATION

- Professionshøjskolens ansvar og vidensformer
- Samarbejde og vidensgrundlag
- Strategi og prioritering



## Fire niveauer

- Hvem vi er
- Hvem vi skal blive bedre til at være
- Hvad vi skal gøre for at blive bedre til at være dem vi er
- Hvordan vi skal skaffe ressourcer til og tjene penge på at gøre det, vi skal gøre for at blive bedre til at være dem, vi er



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fremtidens Indhold og Formater

Offentlighed Ledelse og Kreativitet



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fokuserer på publikum og handler om  
hvordan vi danner relationer

Fremtidens Indhold og Formater

Offentlighed Ledelse og Kreativitet





# Tre Temaer

## Det Medieforbrugende Menneske

Fokuserer på publikum og handler om  
hvordan vi danner relationer

- Patientkommunikation
- Designantropologi
- Eye-pad
- Nyheder i rummet
- Persuasive design

## Fremtidens Indhold og Formater

Offentlighed Ledelse og Kreativitet



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fremtidens Indhold og Formater

Fokuserer på medierne og handler om  
hvordan vi skaber samspil

Offentlighed Ledelse og Kreativitet



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fremtidens Indhold og Formater

Fokuserer på medierne og handler om  
hvordan vi skaber samspil

- Computational Design
- Konstruktiv journalistik
- E-læring
- Second Screen
- Eventbaseret Innovation
- Narrativ til web-tv

Offentlighed Ledelse og Kreativitet



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fremtidens Indhold og Formater

Offentlighed Ledelse og Kreativitet

Fokuserer på verden og handler om værdier



# Tre Temaer

Det Medieforbrugende Menneske

Fremtidens Indhold og Formater

Offentlighed Ledelse og Kreativitet

Fokuserer på verden og handler om værdier

- Offentlighed i Norden
- Kreativ metode
- Forandringsledelse
- Medie og Diskurs
- Offentlighedens professioner
- Mediejura og medieøkonomi