

DAGSORDEN

Mødegruppe: Uddannelsesudvalget
Mødedato/-tid: Tirsdag den 11. juni 2013 kl. 10.15 - 13.30 (frokost kl. 12)
Mødested: Højskolen, Emdrupvej 72, 2400 København NV

Fra højskolen deltager rektor Jens Otto Kjær Hansen, prorektor Lars Poulsen, videnschef Thomas Rasmussen, uddannelsescheferne Sabrina Speiermann, Søren Dalsgaard og Henrik W. Jørgensen samt fuldmægtig Jeanne Mørk Hansen.

Mødet vil have to centrale fokusområder, hvor det vil være værdifuldt for højskolen at få input og refleksioner fra uddannelsesudvalget: Dels vores strategi for innovation, viden og forskning, dels vores arbejde med at udvikle og kvalitetsløfte vores aftageranalyser. Begge er centrale elementer i regeringens og uddannelsesministerens politiske dagsorden.

- 1. Velkomst, præsentation og kort orientering om højskolen siden sidst**
v/Lars Poulsen
- 2. Et sammenhængende videregående uddannelsessystem**
v/Jens Otto Kjær Hansen

Aktuel orientering om ministerens uddannelsesmøde den 6.-7. juni om emnet for hele sektorens rektorer og bestyrelsesformænd med særlig fokus på:

- Fleksible uddannelsesveje for alle studerende
- Arbejdsmarkedets adgang til kvalificeret arbejdskraft

Højskolen arbejder allerede med at styrke de studerendes mulighed for at vælge fag på tværs af vores ni BA-uddannelser.

- 3. Højskolens strategi for viden, innovation og forskning**
v/Thomas Rasmussen

Højskolen og uddannelsesministeren forudsætter, at innovations-, udviklings- og forskningsprojekter har en stærk forankring og afsæt i mediebranchens behov. Tilsvarende, at projekterne skaber værdi for vores uddannelser og videreuddannelser.

Præsentation og dialog om emnet.

Bilag:

Højskolens folder om udviklingsprojekter

Notat med pointer fra ministerens opstartsmøde om innovationsstrategien

4. Aftageranalyser og dialog om branchernes behov for relevant arbejdskraft

Højskolen arbejder med at styrke kvaliteten af vores aftageranalyser som et blandt flere værktøjer i den løbende udvikling af uddannelserne.

Punktet indledes med en præsentation af en nylig gennemført aftager-survey i forhold til *Medieproduktion og Ledelse* ved lektor Suzi Lyng Hansen.

Herefter debat om emnekredsen.

5. Opsamling, eventuelt og kommende møde

**MAN SKAL LØBE
HURTIGT FOR AT
BLIVE PÅ SAMME
STED OG SPURTE,
HVIS MAN VIL
NYE STEDER HEN**

FORSKNING / INNOVATION / VIDEN



HELE MEDIEBRANCHENS SAMARBEJDSPARTNER



Tempoet er højt i medie- og kommunikationsbrancherne. Konstant strøm på mange platforme betyder, at man skal løbe hurtigt for at blive på samme sted – og det er nødvendigt at spurte, hvis man vil nye steder hen.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole er i sync med de brancher, vi uddanner til. Vores professionsbachelorer har rekordlav arbejdsløshed og vi er den foretrukne kursusudbyder for mediebranchen.

Nøglen til succes er samarbejde. Vi har brug for tæt kontakt med brancherne, for at sikre at vores uddannelser og udviklingsprojekter dækker reelle behov. Hvert år laver vi snesevis af samarbejdsprojekter med virksomheder. Højskolens forskere, undervisere og studerende kan give det boost, der får tempoet op, så virksomheden kan løbe endnu hurtigere og komme nye steder hen.

Som ny chef for Forskning, Innovation og Viden på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole er det min fantastiske opgave, at være bindeled mellem kreative, innovative og dagsordensættende virksomheder og gode kolleger med den seneste viden.

Hvad enten du er en kommende samarbejdspartner eller en potentiel kunde, vil denne folder gøre dig klogere på den vifte af ydelser og kompetencer, som gør os til en efterspurgt konsulent og samarbejdspartner for branchen og blandt private virksomheder og offentlige institutioner.

Har du og din virksomhed udfordringer, vi kan hjælpe med at sætte skub i og spille i mål, så tag imod denne håndsækning til at samarbejde og skabe innovation og resultater i fællesskab med os.

Thomas Rasmussen
Chef for Forskning, Innovation og Viden

BRANCHE- KENDSKAB FRA A–Å

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole udbyder bacheloruddannelser, som dækker hele paletten inden for medie- og kommunikationssektoren. Og det betyder mere end, at vi til enhver tid leverer brancheorienterede praktikanter og flyvefærdige dimittender.

For at kunne udvikle de største talenter kræver det, at vores undervisere, fagfolk og forskere ved, hvad der rører sig i branchen. Helst inden det sker.

Vores praktiske og teoretiske viden om nyeste værktøjer, platforme, produkter, modeller og tendenser vil vi gerne dele og udvikle i samarbejde med den branche, som er grundlaget for vores eksistens.

Vi har afsatte midler til udviklingsprojekter og har stor erfaring og ekspertise i at søge projektmidler til udviklingssamarbejder i fællesskab med relevante partnere.

Der er ingen projekter, som er for små – eller for store. Vi arbejder for at iværksætte udvikling og nytænkning på den enkelte arbejdsplads.

Men også for at styrke os selv i indsatsen for at bidrage til den universelle udfordring med at skabe innovation, viden og kvalitet.

I princippet stiller vi 1000 studerende og eksperter – og lige så mange hylde meter branchekendskab og projekterfaring – til rådighed for dig og din virksomhed.

Så lad os finde et fælles udgangspunkt og flytte os sammen.

Højskolens 9 uddannelseslinjer

Medieproduktion og Ledelse
Kommunikation
Interaktivt Design
Kreativ Kommunikation
Grafisk Design
Fotografisk Kommunikation
Journalistik
Tv- og Medietilrettelæggelse
Fotojournalistik

KOMMUNIKÉR KLART OG FLYT BJERGE

Sagsbehandlere lærer at skrive så politikerne forstår dem

“Det er i sagens natur helt afgørende, at vi som politikere har mulighed for at sætte os ordentligt ind i stoffet.”

Sådan sagde borgmester Jacob Bundsgaard, da han og resten af Aarhus Kommune i 2012 besluttede at sende 200 sagsbehandlere på løbende skrivekurser, for at forbedre sproget i politikernes byråds materiale. En bestilt analyse fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole havde vist, at sproget var så knudret og teknisk, at to ud af tre politikere oplevede at stemme om vigtige forslag uden helt at forstå konsekvensen.

Højskolen leverer sproglig ekspertise på mange niveauer til en lang række kommuner og offentlige institutioner.

Grundfos får redskaber til bedre lederkommunikation

Når lederen kommunikerer uklart eller har en dårlig mailkultur, går det ud over medarbejdertrivsel og produktivitet.

Grundfos er en af de virksomheder, som har kontakten Danmarks Medie- og Journalisthøjskole for at forbedre lederkommunikationen. Det er en løbende proces, som er startet med, at højskolen har tilrettelagt et individuelt forløb, der tager udgangspunkt i virksomhedens behov og medarbejdernes hverdag. Foreløbigt er 25 ledere blevet undervist, testet og individuelt evalueret i skriftlig og mundtlig formidling. De individuelle forløb rummer emner som retorik, powerpoint-formidling, nyhedsformidling, medietræning og personlige udfordringer.

Højskolen har stor erfaring i at tilrettelægge formidlingsforløb, for alt fra topledere, til grupper af medarbejdere på private og offentlige arbejdspladser.

SKAB INNOVATION OG OVERSKUD

Bedre patientinformation – fra papir til app

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole skal være med til at sikre patienter i Region Midtjylland forbedret og digital dialog. Det er en realitet efter at højskolen har vundet en projektkonkurrence fra Region Midtjyllands nye innovationspulje More.Creative.

Ansøgningen blev sendt i fællesskab med Aarhus Universitetshospital, design- og softwarevirksomheden, Redia og MedTech Innovation Center, som arbejder for at fremme vækst i regionen. Sammen skal de fire parter nu byde ind med kreative og innovative løsninger på projektet “Patientindkaldelse – fra papir til app”. Projektet skal udtænke metoder og applikationer, der kan leve op til hospitalets krav om at kommunikere med patienter, som lever i en digitaliseret og mobil livsverden.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole har fokus på innovativ offentlig kommunikation. Vi samarbejder med kommuner, domstole, arbejdsformidlinger og hospitaler om at forbedre intern og ekstern kommunikation – og når der skal udvikles nye apps eller redskaber, inddrager vi private virksomheder.

/// *Større innovationssamarbejder, giver os mulighed for at skabe bedre uddannelser og kraftfulde synergier.*

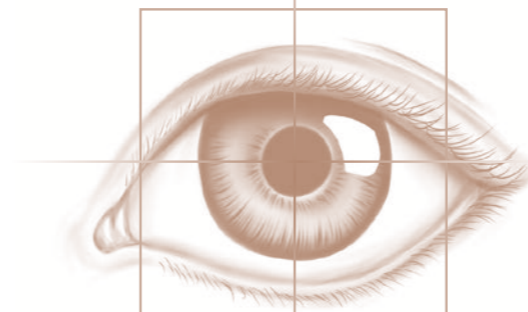
Unikt innovationssamarbejde med JyskeVestkysten

Der bliver tale om lidt af en nyskabelse i dansk mediehistorie, når JyskeVestkysten i sommeren 2013 ansætter en projektchef til at drive radikal innovation i mediehuset. Projektchefen ansættes nemlig i et samarbejde med Danmarks Medie- og Journalisthøjskole. Den fælles ambition er at skabe vækst og viden gennem innovation af produkter, processer, forretningsmodeller og salgskanaler.

Innovations-samarbejdet strækker sig over en periode på 12 måneder og projektchefen bliver ansvarlig for at koordinere projekter og forløb med deltagelse af både studerende og fagligt personale fra højskolen og avisen.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole arbejder konsekvent sammen med virksomheder og institutioner, når der skal stilles opgaver til studerende. Vi er interesserede i større innovationssamarbejder, fordi det giver os mulighed for at skabe endnu bedre uddannelser og kraftfulde synergier.

FÅ SUCCES PÅ SMARTE MEDIER



Apps og websites til små skærme

Hvad sker der, når skærme bliver mindre og hjemmesider bliver større? Hjemmesider designes til computerskærme, men kunder og læsere bruger i stigende grad tablets eller smartphones til “on the fly” eller “on the couch surfing”. Brugervenlighed kan gøre forskellen mellem succes og fiasko, mellem tabte og vundne markedsandele, mellem mindshare og frustration.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole arbejder intenst med innovation og udvikling inden for kommunikation på digitale medier og tilbyder foredrag, kurser og afklaringsforløb for virksomheder og institutioner. Hvad enten svaret er redesign af hjemmesider eller udvikling af nye apps, så er det nødvendigt først at skabe afklaring.

Indhold på tablets

Læsere interagerer anderledes med nyheder og reklamer, når de læser på tablets. Men hvad er det de zoomer på og scroller over og hvad fanger deres blik? Svarene er guld værd, for medier der gerne vil skabe gode brugeroplevelser og nye forretningsmodeller på tablets.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole står i spidsen for et internationalt forsknings- og udviklings-samarbejde med deltagelse fra det amerikanske medieinstitut, Poynter og med virksomhederne CCI og Visiolink, der leverer systemer til nyheder og reklamer på nye platforme.

Forskningsprojektet bringer os i intim kontakt med moderne mediebrugere. Ved hjælp af deltagerobservation, dybdeinterviews og eye-tracking, der måler øjenbevægelser, skaber vi en unik viden om den moderne medieforbrugers adfærd. Projektet er støttet af Pressens Uddannelsesfond og er åbent for danske partnere.

/// *Brugervenlighed kan gøre forskellen mellem succes og fiasko.*

RYK DIG OG OPNÅ NYE RESULTATER



Udviklingsprojekt gav gode produktivitet og fagligheden på Ritzau

Ritzaus ledelse erkendte for et par år siden, at der måtte handles, hvis positionen som landets største nyhedsbureau skulle fremtidssikres. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole blev valgt som sparringspartner og underviser i arbejdet med at udvikle og implementere en decideret manual for webnyheder med faste skabeloner og retningslinjer herunder fokus på identifikation og modeller for at føde sidehistorier. Via undervisningsforløb hos Ritzau blev redaktionen flyttet kollektivt. Indsatsen kunne efterfølgende tydeligt måles på produktionen, ligesom processen satte fokus på efterkritik og gav et stærkere journalistisk miljø.

Smartphonens værktøjer blev udfoldet hos Fynske Medier

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole udviklede i slutningen af 2011 i fællesskab med Fynske Medier et smartphone-kursus for mediehusets 160 journalistiske medarbejdere.

De gamle fastnettelefoner var blevet sendt på pension og ledelsen ønskede at skabe merværdi og effektivitet med telefonen som redskab. Herunder at udnytte dens evner som kamera, diktafon, researchværktøj, kalender og kildeliste.

Ud over at bidrage med indsigten og den nyeste viden om de mange funktioner og værktøjer, kom Danmarks Medie- og Journalisthøjskole med erfaringen i at tilrettelægge et velstruktureret forløb, som vi ikke havde kunnet lave alene, mener daværende chefdaktør, Jan Kirstensen.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole udfører hvert år en lang række udviklingsopgaver for og med medier, institutioner og virksomheder. Projekterne spænder bredt – fra nye måder at anvende web-tv i kulturformidling sammen med Statens Museum for Kunst og et analysearbejde for Folkekirken om fremtidige formidlingsplatforme til et projekt om nærlokal journalistik på Viborg Stifts Folkeblad og inddragelse af sociale medier i dækningen af store events som EM og OL på TV2/Sport, Århus Stiftstidende og Nordjyske.

Vi er også klar til at klæde din virksomhed på til fremtidens udfordringer.

For mere information kontakt:

Thomas Rasmussen, Ph.D.

Director of Research and Innovation

T +45 5125 9006

M tr@dmjx.dk

W dmjx.dk

DANMARKS MEDIE- OG
JOURNALISTHØJSKOLE

Thomas Rasmussen, Ph.D.

Director of Research and Innovation

T +45 5125 9006

M tr@dmjx.dk

W dmjx.dk

Danmarks Medie- og
Journalisthøjskole

Emdrupvej 72

2400 København NV

Opstartsmøde for innovationsstrategien

29.04.13

Morten Østergaard:

Afsæt for strategien:

DK er i top fem når det gælder investering i forskning udvikling. Vi er nummer tre i innovation-leaders. Så ud fra det perspektiv har vi ikke problemer.

Alligevel er der en fælles erkendelse af, at vi står i en innovationskrise. Når det kommer til at omsætte vores viden i nye virksomheder eller tiltrække nye virksomheder er vi et gennemsnitsland.

Vores viden og investering i innovation omsættes ikke tilfredsstillende til nye erhverv
Vi får ikke nok værdi i eksisterende eller nye virksomheder.

Entreprenører ender ofte med som en lille énmandsvirksomhed – det er de færreste iværksættere, der formår at vokse til større virksomheder. I den ny vækstplan er der fokus på dette – bl.a. med femdobling af kreditmuligheder.

Fokus for strategien:

Innovationsstrategien sætter ind på tre områder:

- Samfundsmæssige udfordringer skal drive innovation
- Mere viden skal omsættes til værdi
- *uddannelserne skal øge deres innovations-kapacitet*

Tre Benchmark:

- Flere innovative virksomheder
- Flere højtuddannede i de private erhverv
- Tiltrække investering i private virksomheder

Uddannelsesinstitutionernes rolle er svær at overvurdere. Det er vigtigt at I er med til at tage teten.

Uddannelsesinstitutionernes udfordringer:

De mange projekter og eksperimenter skal indlejres som en fast del af den måde vi uddanner på. Det kræver kulturændring ikke blot ændring af pædagogikken.

Det er vigtigt at vi udveksler på erfaringer og går mere systematisk til værks. Vi skal også dokumentere resultater – ikke for at måle og veje, men for at dele viden. Det er afgørende og også rigtig svært i en mange-facetteret sektor med en så fasttømret struktur og kultur.

Vi skal blive bedre til at samarbejde på tværs af institutioner, erhverv, off/privat for at det for alvor rykker.

Vi skal til at lære **gennem** innovation og ikke bare **om** innovation

Der er meget bred politisk interesse i at få innovation ind i uddannelserne og stor bevågenhed omkring det.

Bent Haugland, stifter af BetterNow.org om "Innovations-kompetencer der skaber jobs":

Afgørende for de studerende:

Modet, viljen og lysten er drivkræfterne i innovation. Hvordan kan vi understøtte dette i uddannelserne?

Det handler om at turde. Tage ansvar for problemer og kæmpe for at løse dem. Træde ud af den organisatoriske ramme, tænke anderledes og handle. Det er ikke et lille spring at sige nej til sikre veje.

Det kan uddannelsesinstitutionerne gøre:

1. Støt initiativet i det små. Studietid er den bedste ramme til at dyrke initiativ. Studerende får vigtige første erfaringer med iværksættertidens.
2. Praktikforløb. Mulighed for at afprøve sine evner. Fokus på løsning af faktiske problemer. Sætter faglighed i perspektiv
3. Anerkend risikovillighed. Beløn dristige, kreative, visionære præstationer.
4. Sørg for synlige rollemodeller. Eksponering af de personlige historier og menneskene bag. Forelæsninger, events og casestudies. Rollemodeller tilstede i uddannelsesmiljøet. Inddrag jeres succesfulde alumni.

Christian Vintergaard: Direktør i Fonden for entreprenørskab "Om Fonden for entreprenørskab"

Når man møder entreprenørskab tidligt i livet er der større chance for at man senere starter egen virksomhed. Sandsynligheden stiger også, jo flere gang man møder entreprenørskab. Eleverne bliver desuden mere glade for at gå i skole. Sandsynligheden for at studerende stifter egen virksomhed bliver tre gange så stor, hvis de møder entreprenørskab under deres videregående uddannelse.

150.000 af alle 1,2 mio = 12,5 % har deltaget i entreprenørundervisning i 2011/2012.

Det er en markant øgning

paradokser:

- Der bliver mere entreprenant undervisning, men eksamensformen forbliver den samme. (indhold og pædagogik udvikles, men udprøvningen forbliver den samme)
- Praksisrettet entreprenørskabsundervisning har positive effekter, men hvordan sikrer vi faglig progression op gennem uddannelsessystemet? Det kan betyde, at studerende faktisk har prøvet det hele før, når de kommer til videregående uddannelse.

Pernille Berg, Videnchef, Københavns Erhvervsakademi Om "Underviserkompetencer"

Undervisernes udfordring:

Det handler om at fremme et mindset, når vi vil fremme innovation hos de studerende:

- selvindsigt,
- viden
- ekspertise
- modet til at prøve nye ting
- at kunne anskue, redegøre, dokumentere potentiel værdiskabelse
- eksekvere, handlekraft og mod

Underviserne skal kunne fungere i hybrid mellem at være den kloge og den erfarne og kunne coache. Det er kulturen vi skal ind og have fat i. De skal kunne interagere i læringsfeltet

Hvad skal lederne gøre:

- sørge for at underviserne kan fungere i en hybriditet mellem udvikling, læring, facilitering, handling og refleksion
- aldrig ildsjæle alene – så er det ikke institutionen, der udvikler sig. Dertil kræves en systematisk indsigt.
- fra udviklingsprojekter til kontinuerlig kapacitetsstruktur
- strategisk udviklingsportefølje, der komplementerer hverdag og den umiddelbare fremtiden.

Lederne skal give underviserne konstruktive udfordringer og udfordringer – ikke pille dem ned. Vi skal lade dem turde fejle.

Thomas Howard DTU/CIEL om "Lærings- og eksamensformer, der styrker innovationskapaciteten"

Thomas fortalte om kursus, hvor de studerende arbejder teams, der er blandede fagligheder og matchede i forhold til den opgave, de arbejder på under kurset.

- De skal lære at arbejde i et multidisciplinært miljø: fx omsætte formler til noget som kunden tænker på (DTU -> CBS)
- Flytte på produktets usikkerhed – identificere deadends, vende sig fra planlagt vej mod nye muligheder (pivot). Failing is good (if it is early)
- Working towards the Minimum Viable Product (MVP). Hvordan kan vi lave produkt til mindst mulig omkostning og hvor er det lettest gennemtrængelige marked.
- Dispensing of the sequential planning. Det handler ikke om gantt kort
- Pitching and communicate business ideas

Alle taler om, at øvelser og opgaver skal være så virkelige som muligt. Arbejde med innovation skal tage afsæt i reelle samfundsmæssige behov og være i samarbejde med erhvervsliv. It must be as real as possible!