



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2011/2012

JOU 3548 Medieøkonomi og medieutvikling

Studium

Bachelorstudiet i medieutvikling og journalistikk (2. år)

Kursansvarlig

Mona K Solvoll

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Læringsmål

Kunnskapsmål

Kurset fokuserer på teknologiske, globale, regulerende og sosiale drivkrefter som konstant påvirker og utvikler medieindustrien. Studentene skal tilegne seg;

- oversikt over hvordan mediene har utviklet seg over de siste årene, deres forandringsspektiver og mulige fremtider.
- kunnskap om sentrale medieøkonomiske tema som danner utgangspunkt for diskusjoner omkring den fremtidige finansieringen av journalistikken.
- forståelse av medieøkonomiske konsepter og kunne redegjøre for problemer knyttet til finansiering av journalistisk produksjon.
- kunnskap om og kunne beskrive og forklare hvordan medienes redaksjonelle og kommersielle sider spiller sammen.

Ferdighetsmål

Etter kurset skal studentene kunne beskrive og forklare hvordan mediene fungerer, deres struktur og organisasjon. Studentene skal kunne;

- analysere og diskutere mediebedrifters særtrekk og deres rolle på markeder ut fra ulike strategiske og markedsmessige situasjoner. Ved å anvende aktuell teori skal studentene også være i stand til å analysere sentrale drivkrefter i medieutviklingen.
- være en bidragsyter til utvikling av ulike medieorganisasjoner.

Holdningsmål

Gjennom kurset skal studentene opparbeide seg et holistisk perspektiv på mediemarkedet. De skal øve seg på å reflektere og diskutere rundt de ulike medienes rolle i samfunnet på flere nivåer, spesielt i forhold til hvilke strategiske, markedsmessige og etiske problemstillinger som er involvert.

Forkunnskaper

Ingen.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Albarran, Alan B. 2010. The media economy. Routledge. 200 sider

Harrie, Eva, red. 2009. The Nordic media market 2009 : Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden : media companies and business activities. 2nd ed. Nordicom. 200 sider. Kun elektronisk (gratis)

http://www.nordicom.gu.se/eng.php?portal=publ&main=elektronisk_public.php&me=14

Institutet för Reklam och Mediestatistik. 2010. Norsk Mediestatistikk. IRM. 48 sider

Johnson, Gerry Kevan Scholes and Richard Whittington. 2009. Fundamentals of strategy. FT Prentice Hall. Kun kap. 1,2,3 og 5 som er pensum

Vaage, Odd Frank. Siste utg. Norsk mediebarometer. Statistisk Sentralbyrå. Finnes elektronisk (gratis) <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>
 Wilberg, Erik. 2010. Ledelse i motbakke : en aksjonsstudie av lederskap i aviser/mediehus gjennom finanskrisetider. Handelshøyskolen BI. 36 sider. Finnes elektronisk (gratis) <http://www.erikwilberg.no/html/publikasjoner.html>
 Wilberg, Erik. 2010. Mediaprospect '2011 : analyse og tanker foran budsjettåret 2011. Mediebedriftenes Landsforening. 110 sider

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Teorier og tilnærminger til medieøkonomi
- Medienes utvikling, deres publikumsprofiler og merkevarer
- Nøkkelkonsepter for å forstå mediebedrifter, deres produksjon og distribusjon
- Mediestatistikk (publikum og reklamesammenheng)
- Teknologiske aspekter ved mediene (fremveksten av "nye" medier)
- Globale aspekter ved mediene
- Regulering av mediene (lovverk og etikk)
- Sosiale aspekter ved mediene

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset vil bli gjennomført med en kombinasjon av forelesninger, aktivisering og veiledning med praktiske oppgaver og case.

Som en del av mappeevalueringen skal det foretas en presentasjon av selskapsrapporten. Studentene vil ut fra tilbakemeldingene som gis på presentasjonen ha mulighet til å endre/forbedre selskapsrapporten før innlevering av mappen i slutten av semesteret

Anbefalt tidsforbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse på forelesninger	27
Forberedelse til forelesning/lese litteratur	90
Gruppearbeid og oppgaveløsning	23
Mappearbeid	20
Veiledning m/forberedelser	6
Selvstudium el kollokvier	10
Eksamen/case til eksamen	24
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

27 timer - Forelesninger
 18 timer - Veiledning med praktiske oppgaver
 45 timer totalt

Eksamen

Endelig karakter i kurset fastsettes på grunnlag av følgende elementer:

Del 1 - Mappeevaluering, teller 100% av endelig karakter i kurset.

Mappen skal innleveres for sensur i slutten av semesteret, og bestå av:

- Selskapsrapport, 10 siders analyse av et mediefirma. Må bruke min. 10 kilder i rapporten som inkluderer minst to bøker, to aviser, to nettkilder og to tidsskriftartikler.

- Industrirapport, 10 siders analyse av et tema innenfor medieindustrien. Samme kildekrav og presentasjonsform som over. Eksempler på tema kan være utviklingen av nye publiseringsplattformer, nedgang i avismarkedet, utforske forretningsmodeller for journalistikk på nett, undersøke markedsmulighetene for gratisaviser, organisering av journalistisk virksomhet. Dersom analysene inneholder lyd el/leir bilde, må dette leveres på USB minnepinne merket med studentnummer og kurskode.

Mappen kan løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter.

Del 2 - Én (1) times multiple choice test

Multiple choice testen bedømmes bestått / Ikke bestått.

Begge deler må bestås for å få endelig karakter.

Eksamenskode(r)

JOU 35481 - Mappeeavluering, teller 100 % for å oppnå karakter i kurset JOU 3548

Medieøkonomi og medieutvikling, 7,5 studiepoeng.

JOU 35482 - Multiple choice, bedømmes bestått / Ikke bestått

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon