



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2012/2013

JOU 3649 Det nye mediemarkedet

Studium

Bachelorstudiet i medieutvikling og journalistikk (3. år)

Kursansvarlig

Mona K Solvoll

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Høst

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset er en forlengelse og utdypning av JOU 3548 Medieøkonomi og medieutvikling med spesiell vekt på markedsutvikling og produktutvikling som vekststrategier. Hensikten med kurset er å hjelpe studentene til å forstå og tilpasse seg det nye mediemarkedet i forhold til sine journalistiske roller. Fokus vil ligge på implikasjoner av forandringer i konsummarkedet (nye segmenter, nye brukere og internasjonalisering), fremveksten av nye plattformer og mediekkanaler og utviklingen av forretningsmodeller for mediehus.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studentene skal kunne sentrale modeller og teori som omhandler strategisk analyse og strategiske valg aktuelle for mediebedrifter. De skal ha en solid innsikt i fagområdene markedsutvikling og produktutvikling innenfor mediemarkedet. De skal kunne beskrive og forklare sentrale trender i medieutviklingen.

Ferdighetsmål

Studentene skal utvikle sin evne til å gjennomføre ulike strategiske analyser anvendt på mediemarkedet. De skal kunne vurdere strategiske valg som er sentrale for mediehus.

Holdningsmål

Studentene skal trene opp sin evne til å reflektere kritisk over de modeller og teorier som blir presentert. Studentene skal utvikle et bevisst forhold til mediene både som samfunnsinstitusjoner og som økonomiske bedrifter.

Forkunnskaper

Gjennomført de første to årene av bachelorstudiet.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Johnson, Gerry, Kevan Scholes and Richard Whittington. 2012. Fundamentals of strategy. 2nd ed. FT Prentice Hall. Kapittel 4, 6,7, 8 og 9

Artikler:

Aagaard, Sune, Lars Højholt og Jacob Bøtter. 2010. Mediemodeller 2010 : nye bæredygtige eksperimenter, initiativer og forretningsmodeller for journalistikk. Kontrabande & Wemind. <http://mediemodeller.dk/m2010.pdf>

Tidsskrift:

Asle Rolland. 2009. Markedsdrevet journalistikk. Nordicom- Information. 31, 1-2. 47-63

Annet:

Solvoll, Mona. 2011. Kompendium i JOU 3649 Det Nye mediemarkedet. 300 sider. Lages til kurset ved studiestart

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

Medieorganisasjoners strategiske mål og valg, forretnings- og konsernstrategier, journalistiske implikasjoner (forandringer i konsummarkedet, fremveksten av nye mediekkanaler og utviklingen av forretningsmodeller for mediehus).

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset vil bli undervist via BI Nettstudier. Nettlærer vil benytte It's learning for å publisere fagstoff, oppgaver og digitale læringsressurser, og studentene gis mulighet til å kommunisere med nettlærer og medstudenter. Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen.

I løpet av kurset vil det bli lagt ut en flervalgstest som løses på It's Learning. Testen kan gjennomføres flere ganger i løpet av perioden testen er åpen.

Anbefalt tidsbruk i kurset:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisning (helgesamlinger)	8
Multiple choice eksamen	2
Arbeid med pensumstoff, innsendingsoppgaver og oppgaver/aktiviteter på It's Learning	110
Prosjektoppgave	80
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

8 timer - Forelesninger

37 timer - Oppgaveretting og veiledning via It's Learning

45 timer totalt

Eksamen

Kurset avsluttes med en prosjektoppgave.

Prosjektoppgaven utleveres i begynnelsen av semesteret og kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Innlevering ved semesterslutt.

Eksamenskode(r)

JOU 36491 - Prosjektoppgave som teller 100 % for å få karakter i kurset JEU 3649 , Det nye mediemarkedet 7.5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kurset undervises for siste gang høsten 2012. Kontinuasjonseksamen vil bli tilbudt våren 2013, og høsten 2013.

Tilleggsinformasjon