

Studieplan 2012/2013

Årsstudium i medieledelse

Studieprogramkode

ÅRMEDLED

Innledning

Høgskolen i Gjøvik har siden 1978 hatt utdanninger rettet mot mediebransjen. Årsstudiet i medieledelse er en av flere utdanninger i denne porteføljen.

Årsstudiet gir en generell innføring i økonomi og ledelse, samtidig som studentene får kjennskap til utvikling og nyskaping i mediesektoren. Studentene vil få introduksjon om og kjennskap til produksjonsprosesser, arbeidsflyt og markedsforståelse. Fokus vil være knyttet til økonomi og ledelse i mediebedrifter. Noe av kunnskapen skal omsettes i praktiske ferdigheter ved at studentene jobber med praktiske problemstillinger knyttet til produksjon av ulike typer medieelementer.

Studiets varighet, omfang og nivå

Studiet er en heltids grunnutdanning med normert studietid på ett år. Omfanget er 60 stp.

Nivå i kvalifikasjonsrammeverk: Syklus 1

Forventet læringsutbytte

Kunnskaper

- Kandidaten har kunnskap om mediebransjens tradisjoner, egenart og plass i samfunnet
- Kandidaten har kunnskap om sentrale temaer, problemstillinger, prosesser, verktøy og metoder innen mediebransjen.
- Kandidaten kan oppdatere sin kunnskap innenfor fagområdet

Ferdigheter

- Kandidaten kan beherske relevante faglige verktøy, teknikker og uttrykksformer knyttet til medieproduksjon.
- Kandidaten kan anvende faglig kunnskap og til en viss grad se sammenheng mellom produksjon, kostnader og økonomi og treffe begrunnede valg

Generell kompetanse

- Kandidaten har innsikt i relevante ledelsesproblemer og arbeidslivsjuss.
- Kandidaten har evne til å gjøre muntlige og skriftlige presentasjoner relatert til studiets emner. Dette gjelder både faglige teorier, sentrale problemstillinger og tilhørende løsninger.
- Kandidaten kan utveksle synspunkter og erfaringer med andre med bakgrunn innenfor fagområdet og gjennom dette bidra til utvikling av god praksis.

Målgruppe

- Studenter som ønsker å få en innføring i mediefag og ledelse, men ønsker å vente med å velge

spesialisering.

- Studenter som ønsker en påbygging til tidligere fullført fagutdanning eller høyere utdanning.
- Søkere som har arbeidslivserfaring og ønsker kunnskap innen medieproduksjon og ledelse.

Studenter fra Årsstudiet i medieledelse kan søke intern overflytting videre til 2. studieår på Bachelor i Medieledelse og innovasjon.

Opptakskrav og rangering

Opptakskrav til studiet er [generell studiekompetanse](#). Søkere som er 25 år eller eldre kan også bli tatt opp på bakgrunn av [realkompetansevurdering](#).

Studiets innhold, oppbygging og sammensetning

Studiet er delt opp i emner som delvis supplerer og delvis bygger på hverandre. Første semester fokuserer på en generell introduksjon til teknologi og publiseringsystemer, kunnskaper og ferdigheter om fotografiet som uttrykksform, økonomi, og ledelse i mediebedrifter.

Annet semester fokuserer på ledelse generelt, samt merkevarebygging og markedsføring. Det blir også tilbudt et emne der studenten kan velge fordypning enten i videoproduksjon eller trykksaksproduksjon.

Studentene vil gjennom studiet gjennomføre en del praktiske oppgaver knyttet til de ulike emner. Oppgavene gjennomføres både som gruppearbeide og individuelt. Studiet gjennomføres som forelesninger, oppgaveløsninger, seminar og bedriftsbesøk.

Tekniske forutsetninger

Det er ingen spesielle forutsetninger knyttet til Årsstudiet i mediemanagement.

Sensorordning

I studiet blir det benyttet ulike vurderingsformer. Vurderingsformen er tilpasset emnes egenart og omfang. Bruken av eksterne sensorer varierer fra emne til emne (se emnetabell under).

Internasjonalisering

Det er ikke lagt opp til at studentene kan ta noen deler av studiet i utlandet.

Klar for publisering

Ja

Godkjenning

Studieprogrammet vedtatt opprettet i Høgskolestyret, sak STY 75/11.

Studieplanen godkjent av Studiememnda mars 2012.

Utdanningsnivå

Årsstudium

Studiekode ved Samordnet Opptak (SO-kode)

207 136

Årsstudium i medieledelse 2012/2013

Emnekode	Emnets navn	O/V *)	Studiepoeng pr. semester	
			S1(H)	S2(V)
IMT1291	<u>Webdesign</u>	O	10	
SMF1042	<u>Økonomistyring</u>	O	10	
IMT1421	<u>Ledelse og innovasjon i mediebedrifter</u>	O	5	
IMT1401	<u>Informasjons- og publiseringsteknologi</u>	O	5	
SMF2062	<u>Markedsføring</u>	O		5
SMF1261	<u>Merkevarebygging</u>	O		5
SMF2051	<u>Ledelse med arbeidslivsjuss</u>	O		10
IMT1331	<u>Digital medieproduksjon og storytelling</u>	V		10
IMT1232	<u>Trykksaksproduksjon</u>	V		10
Sum:			30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

IMT1291 Webdesign - 2012-2013

Emnekode:

IMT1291

Emnenavn:

Webdesign

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

10

Varighet:

Høst

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

Etter fullført emne skal studentene ha en grunnleggende forståelse for og ferdigheter i visuell utforming av nettsider. De skal kunne planlegge og gjennomføre utviklingen av websider og nettsteder som baserer seg på de viktigste klientbaserte webteknologiene så vel som grunnleggende forståelse for serverbaserte publiseringsløsninger. Studentene skal også selvstendig kunne vurdere og beskrive de viktigste aspektene ved et nettstedets brukervennlighet, måloppnåelse og informasjonsarkitektur og videre kunne beslutte hvilke eventuelle endringer som skal til for å heve kvaliteten til nettstedet/-siden.

Emnets temaer:

- Grunnleggende webteknologi-forståelse
- (X)HTML (for struktur)
- CSS (for presentasjon)
- JavaScript (for fleksibilitet)
- Publiseringsløsninger
- Bilder og illustrasjoner på nett
- Utvikling av webgrafikk
- Informasjonsarkitektur, struktur og informasjonsflyt med fokus på brukervennlighet
- Søkemotoroptimalisering
- Form og funksjon (webdesign)
- Webservere og nettverk

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Lab.øvelser
Oppgaveløsning
Prosjektarbeid
Veiledning

Vurderingsformer:

Hjemmeeksamen, 24 timer
Skriftlig eksamen, 3 timer
Vurdering av prosjekt(er)

Vurderingsformer:

- Skriftlig eksamen, 3 timer (teller 20 %)
- Praktisk individuell hjemmeeksamen, 24 timer (teller 40 %)
- Grupprosjekt med muntlig fremføring og medstudentvurdering av presentasjonsdelen (teller 40 %)

Alle deler må bestås separat.

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

- Skriftlig eksamen vurderes av faglærer og ekstern sensor
- Hjemmeeksamen vurderes av intern sensor. Sensorveiledning evalueres av ekstern sensor.
- Grupprosjektet vurderes av intern sensor. Sensorveiledning evalueres av ekstern sensor.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Det vil kun gjennomføres kontinuasjon for skriftlig eksamen og hjemmeeksamen. Grupprosjektet må tas neste gang emnet kjøres.

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen hjelpemidler er tillatt ved skriftlig eksamen. Det er fri bruk av hjelpemidler ved hjemmeeksamen og prosjekt, men samarbeid mellom enkeltpersoner eller grupper er ikke tillatt. Innleverte besvarelser må være unike og ikke bære preg av å være kopiert fra andre kilder.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for informatikk og medieteknikk

Emneansvarlig:

Stipendiat Mohammad Derawi

Klar for publisering:

Ja

SMF1042 Økonomistyring - 2012-2013

Emnekode:

SMF1042

Emnenavn:

Økonomistyring

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

10

Varighet:

Høst

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

Kunnskaper:

- Kunnskaper: Kunne grunnleggende bedriftsøkonomisk teori slik at studiets etterfølgende økonomiske emner kan forstås.
- Ha oversikt over og kunne prosesser og metoder ved bedriftsøkonomiske analyser og vurderinger.

Ferdigheter:

- Løse bedriftsøkonomiske problemstillinger ut fra bedriftsøkonomisk vinkling.
- Gjennomføre enkle regnskapsanalyser ut fra bedriftens finansregnskap.

Generell kompetanse:

- Forstå hvilke data som er nødvendige og relevante for å utføre kostnads- og inntektsberegninger, grensebetraktninger, produktkalkyler, investeringsanalyser, planlegging og budsjettering.
- Ta hensyn til den etiske dimensjonen.

Emnets temaer:

- Økonomi og bedrift, herunder den etiske dimensjonen.
- Verdiskapning, organisasjoner, mål og beslutninger.
- Inntektsdannelsen.
- Bedriftens kostnader.
- Finansregnskapet.
- Analyse av finansregnskapet.
- Kostnadsforløp og kostnadsstruktur.
- Inntekter, kostnader og resultat - modeller.
- Produktkalkulasjon. Prinsipper og metoder.
- Kalkulasjon i industribedriften.
- Kalkulasjon i tjenesteytende virksomheter.
- Kalkulasjon i handelsbedrifter.
- Prissetting.
- Kostnad - resultat - volumanalyse.
- Produktvalg.
- Investeringsanalyse.
- Relevante kostnader og beslutningsproblemer.
- Planlegging og budsjettering.
- Kapitalbehov, Just-In-Time og beholdningskontroll.
- Styring, oppfølging og kontroll.

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Obligatoriske oppgaver
Oppgaveløsning
Veiledning

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 4 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

- Ekstern sensor høst 2016.
- Ekstern sensor benyttes periodisk til å evaluere innhold, opplegg og vurderingskriterier.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

- Ordinær kontinuasjon.
- Godkjente obligatoriske oppgaver er gyldige ved kontinuasjonseksamen.

Tillatte hjelpemidler:

Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):

- Godkjent kalkulator.
- Rentetabell.
- Lovsamling og/eller enkeltlover.

Obligatoriske arbeidskrav:

- 3 av 4 obligatoriske oppgaver må være godkjent. Leveres i grupper på 3-4 studenter pr. gruppe.
- Detaljert arbeidsplan for obligatoriske oppgaver fremlegges ved oppstart av emnet.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Ivar Moe

Læremidler:

- Hoff, Kjell Gunnar, Bedriftens økonomi, Universitetsforlaget, 7. utgave, ISBN 978-82-15-01320-6.
- Hoff, Kjell Gunnar og Hoff, Jan Erik, Arbeidsbok til Bedriftens økonomi, Universitetsforlaget, 7. utgave, ISBN 978-82-15-01319-0.
- Lovsamling og/eller enkeltlover.

Klar for publisering:

Ja

IMT1421 Ledelse og innovasjon i mediebedrifter - 2012-2013

Emnekode:

IMT1421

Emnenavn:

Ledelse og innovasjon i mediebedrifter

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

5

Varighet:

Høst

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

Etter endt emne skal studentene ha kjennskap til fagområder som inngår i begrepet ledelse i mediebedrifter, både på organisasjonstekniske og produksjonsmessige områder. Formålet med emnet er at studentene tidlig i studiet skal forstå hvordan arbeidet i en mediebedrift er organisert. Studentene skal kunne beskrive forskjeller og sammenhenger mellom ulike medier i forhold til planleggings- og kvalitetsrutiner. Ved å delta på bedriftsbesøk, skal studenten være i stand til å samle og gjengi kunnskaper om mediebedrifter og deres produksjonssystemer. De skal også gjenkjenne hvordan utviklings- og innovasjonsprosesser er integrert hos den besøkte bedriften.

Emnets temaer:

Oppgaven er innenfor temaer som produksjon, avdelingsinndeling og ansvarsområder. Produksjonsopplegget for et typisk oppdrag i bedriften skal beskrives i detalj, samt hvilke maskiner og utstyr som benyttes til produksjonen. Oppgaven skal også beskrive en av bedriftens kvalitetsrutiner. Til slutt skal det oppsummeres og reflekteres over temaene, og påpekes forhold som kan forandres.

Pedagogiske metoder:

Ekskursjoner
Forelesninger
Prosjektarbeid
Veiledning

Pedagogiske metoder (fritekst):

- Studietur/bedriftsbesøk

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 3 timer

Vurderingsformer:

Individuell eksamen.

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

Sensureres av emnelærer. Hvert 4 år vurderes eksamen også av annen ekstern sensor, neste gang 2016.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Ordinær kontinuasjon for skriftlig eksamen.

Ved ”ikke godkjent” prosjekt må nytt prosjektarbeide utføres og vurderes ved neste ordinære avvikling av emnet.

Tillatte hjelpemidler:**Obligatoriske arbeidskrav:**

- En prosjektrapport utført i gruppe (på opp til fire studenter) må være godkjent. Gruppens størrelse bestemmes av emnelærer.
- Prosjektrapporten skal fremlegges for klassen i plenum
- Felles rapport fra studieturen må leveres. Studenter som ikke deltar på studieturen må levere en individuell prosjektoppgave. Denne må vurderes til godkjent.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for informatikk og medieteknikk

Emneansvarlig:

Førsteamanuensis Peter Nussbaum

Læremidler:

Oppgis ved emnestart.

Klar for publisering:

Ja

IMT1401 Informasjons- og publiseringsteknologi - 2012-2013

Emnekode:

IMT1401

Emnenavn:

Informasjons- og publiseringsteknologi

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

5

Varighet:

Høst

Varighet (fritekst):

Første halvdel av semesteret.

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

Etter fullført emne skal studentene ha grunnleggende oversikt over høgskolens informasjonssystemer og hvordan de kan benytte seg av disse i studiene. De skal også ha opparbeidet kunnskap og ferdigheter om filformater og programvare for å manipulere og flytte filer.

Kunnskap

- Kandidaten kan oppsummere den historiske utviklingen innenfor fagfeltet
- Kandidaten kan beskrive en datamaskins oppbygging og virkemåte
- Kandidaten kan anvende høgskolens informasjonssystemer og infrastruktur
- Kandidaten kan anvende og forklare ulike protokoller for overføring av data og i hvilke sammenhenger de brukes

Ferdigheter

- Kandidaten skal mestre å levere data inn i og hente data ut av relevante informasjonssystemer ved høgskolen ved hjelp av relevant programvare
- Kandidaten skal beherske bruk av skolens trådbaserte og trådløse datanettverk og infrastruktur
- Kandidaten kan fremstille data i ulike formater og transkode filbaserte data til andre formater
- Kandidaten kan behandle egne data på en slik måte at de er sikret mot innsyn og misbruk

Generell kompetanse

- Kandidaten kan benytte relevante publiseringssystemer for å formidle informasjon
- Kandidaten kjenner til sentrale samhandlingssystemer som muliggjør arbeid i grupper både lokalt og på distanse
- Kandidaten skal kjenne til grunnleggende metoder innen nytenking og innovasjon

Emnets temaer:

- Historie
- Datasystemers oppbygning og virkemåte
- Operativsystemer, programvare og data
- Datakommunikasjon og protokoller
- Filformater for lagring og utveksling av data
- Informasjonssikkerhet
- Tjenester på nettet til høghskolen

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Lab.øvelser

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 3 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

Sensureres av faglærer, ekstern sensor hvert fjerde år, neste gang i 2015

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Ordinær kontinuasjon på eksamen

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

Obligatoriske arbeidskrav:

- 4 av labøvelsene skal være godkjent
- Studenten skal ha deltatt i 3KK (3-timers kreativitetskurs), undervisning og gruppeøvelser

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for informatikk og medieteknikk

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Øivind Kolloen

Læremidler:

- Computers Are Your Future, Introductory, 12/E, Cathy LaBerta, ISBN-13: 9780132545181, Prentice Hall
- Forelesningsnotater
- Dokumentasjon for relevant programvare

Erstatter:

IMT1041 Informasjons- og publiseringsteknologi, eksamen i dette emnet tilsvarer eksamen i IMT1041.

Klar for publisering:

Ja

SMF2062 Markedsføring - 2012-2013

Emnekode:

SMF2062

Emnenavn:

Markedsføring

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

5

Varighet:

Vår

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

Studenten skal etter gjennomført emne:

- Ha kunnskaper og innsikt i markedsføring som funksjonsområde i bedrifter og organisasjoner.
- Ha ferdigheter til å utføre markedsføringsaktiviteter i det private næringsliv eller offentlig etat.
- Ha generell kompetanse til å utføre markedsundersøkelser og komme med forslag til bedring av bedriftens markedsføringsproblemer.

Emnets temaer:

- Markedsføring på 2000-tallet
- Kundetilfredshet og -verdier
- Markedsorientert strategisk planlegging
- Måle markedsetterspørsel
- Overvåkning av markedet
- Kjøpsadferd i forbrukermarkedet
- Kjøpsadferd i bedriftsmarkedet
- Konkurransen
- Markedssegmentering og målgrupper
- Posisjonering og differensiering av produktet gjennom livsløpet
- Nye markedstilbud og innovasjon
- Globale markedstilbud
- Case-studier
- E-markedsføring
- Markedsføring og etiske problemstillinger

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Veiledning

Vurderingsformer:

Hjemmeeksamen, 24 timer

Vurderingsformer:

Hjemmeeksamen i grupper, 24 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

Intern sensor. Ekstern sensor neste gang i 2015.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Kontinuasjon ved neste ordinære eksamen i emnet

Tillatte hjelpemidler:**Obligatoriske arbeidskrav:**

2 cases må være godkjent for å gå opp til eksamen.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Per Ø. Halmrast

Læremidler:

Markedsføringsledelse, Philip Kotler, Gyldendal Norsk Forlag AS 2005, ISBN: 978-82-05-31582-2

Klar for publisering:

Ja

SMF1261 Merkevarebygging - 2012-2013

Emnekode:

SMF1261

Emnenavn:

Merkevarebygging

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

5

Varighet:

Vår

Språk:

Norsk

Anbefalt forkunnskap:

SMF1042 - Økonomistyring

Forventet læringsutbytte:**Kunnskap:**

- God kunnskap om sentrale teorier for utvikling og ledelse av merkevarer
- Gjøre rede for hvilken funksjon merkevarer har for bedrifter og forbruker i dagens samfunn
- Kjenne til oppdatert forskning innenfor emnet

Ferdigheter:

- Kunne anvende sin kunnskap om basisprinsipper for merkevarebygging i yrkeslivet på en god måte
- Kunne anvende aktuelle kilder for oppdatering av egen kunnskap

Generell kompetanse :

- kunne forstå, formidle og diskutere grunnleggende teori innen merkevarebygging
- kunne diskutere og vurdere etiske dilemmaer innenfor emnet
- kjenne til grunnleggende metoder innen nytenking og innovasjon (dette gjelder kun for campusstudenter i Bachelor i økonomi og ledelse)

Emnets temaer:

- Introduksjon til merkevarebygging
- Effekter av merkevarer for kunder og bedrifter
- Merkets posisjon hos kunder og marked
- Merkekjennskap
- Merkeassosiasjoner
- Merkeevaluering
- Relasjonelle aspekter ved merkevarer
- Merkeposisjonering
- Merkeelementer
- Vekststrategier for merker
- Styling av merkeportefølje
- Kommunikasjon av merkevarer
- Merkesamarbeid

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Obligatoriske oppgaver
Oppgaveløsning
Veiledning

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 4 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

Emnet har intern sensor, men benytter ekstern sensor periodisk hvert 5. år, neste gang vår 2017.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Ordinær kontinuasjon
Godkjente obligatoriske oppgaver er gyldige ved kontinuasjonseksamen.

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

Obligatoriske arbeidskrav:

Det gis to obligatoriske arbeidskrav som skal løses i grupper. Omfang opplyses ved utlevering. Begge obligatoriske arbeidskrav må være godkjent for å kunne gå opp til eksamen.

Studenten skal ha deltatt i et tre-timers kreativitetskurs (3KK), undervisning og gruppeøvelser (dette gjelder kun for campusstudenter i Bachelor i økonomi og ledelse).

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

Emneansvarlig:

Høgskolelektor/Assistant professor Anne Grethe Syversen

Læremidler:

Samuelsen, Bendik M, Adrian Peretz og Lars E. Olsen, (2010). Merkevareledelse på norsk 2.0. (2. utgave). Oslo: Cappelen Akademiske Forlag.

Utdelte artikler

Anbefalt litteratur:

Klein, Naomi (2002). No Logo. Oslo: Forlaget Oktober

Lindstrom, Martin (2005). BrandSense: Bygg sterkere merker ved hjelp av våre fem sanser: berøring, lukt, smak, hørsel og syn. Oslo: N.W.Damm & Søn

Bjerke, Rune og Nicholas Ind (2007). Organisasjonsdrevet merkevarebygging. Oslo: J.W.Cappelens Forlag

Klar for publisering:

Ja

SMF2051 Ledelse med arbeidslivsjuss - 2012-2013

Emnekode:

SMF2051

Emnenavn:

Ledelse med arbeidslivsjuss

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

10

Varighet:

Vår

Språk:

Norsk

Anbefalt forkunnskap:

- SMF1042 Økonomistyring.
- SMF1301 Bedrifts- og forretningsystemer

Forventet læringsutbytte:

Kunnskaper:

- Kunnskap om grunnleggende og avanserte organisasjons- og ledelsesteorier.
- Forståelse for lederfunksjonens mangfoldighet.

Ferdigheter:

- Utøve ledelsesaktiviteter ut fra avansert ledelsesteoretisk analyse av aktuell situasjon.
- Bekle lederposisjoner der ledelse innebærer plassering av bedriften i dens ulike markeder på produksjonsfaktor- og kundesiden.
- Kunne fokusere på hvordan serviceorganisasjoner fungerer.
- Benytte lov- og avtaleverk i forbindelse med arbeidslivsjuridiske problemstillinger.

Generell kompetanse:

- Etablere bevissthet og etisk holdning omkring lederrollen og egen ønsket fremtidig lederstil.

Emnets temaer:

- Del 1: Mål, strategi og effektivitet i organisasjoner. Organisasjonsstruktur. Organisasjonskultur og etikk. Makt og konflikt i organisasjoner. Organisasjon og omgivelser. Organisasjon og individ. Kommunikasjon i organisasjoner. Beslutningsprosesser i organisasjoner. Læring og innovasjon. Endring av organisasjoner. Ledelse i organisasjoner.
- Del 2: Servicesamfunnets myter og virkelighet. Lønnsomhet - et nytt regnestykke. Serviceledelsessystemet. Servicekonseptet. Personalutvikling. Å utvikle mennesker. Kunden som marked og medprodusent. Fysisk miljø og tekniske hjelpemidler. Selskapets image. Å skape, reprodusere og videreutvikle forretningsideer. Prispolitikk. Spredning og internasjonalisering. Kvalitet, produktivitet og strategi. Diagnose; gode og onde sirkler. Kultur og filosofi som ledelsesinstrument. Forandring og lederskap.
- Del 3: Arbeidslivsjus med sentrale lover og avtaler innen arbeidsmiljø, permittering, ferie, bedriftsdemokrati, rettstvister og tariffrevisjon, samt helse, miljø og sikkerhet (HMS).

Pedagogiske metoder:

Forelesninger
Gruppearbeid
Obligatoriske oppgaver
Veiledning

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 4 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

- Ekstern sensor vår 2017.
- Ekstern sensor benyttes periodisk til å evaluere innhold, opplegg og vurderingskriterier

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

- Ordinær kontinuasjon.
- Godkjente obligatoriske oppgaver gyldige ved kontinuasjonseksamen.

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

- Lov- og avtaleverk.

Obligatoriske arbeidskrav:

- Godkjente obligatoriske oppgaver der 4 av 5 må være godkjent. Leveres i grupper på 4-5 studenter pr. gruppe.
- Detaljert arbeidsplan for obligatoriske oppgaver fremlegges ved oppstart av emnet.
- Obligatorisk fremmøte, minimum 80 %.
- Obligatorisk foredrag.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for teknologi, økonomi og ledelse

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Ivar Moe

Læremidler:

- Jacobsen, Dag Ingvar og Thorsvik, Jan, Hvordan organisasjoner fungerer, Fagbokforlaget, 3. utgave, ISBN 978-82-450-0517-2.
- Jacobsen, Dag Ingvar og Thorsvik, Jan, Hvordan organisasjoner fungerer - Arbeidsbok og casesamling, Fagbokforlaget, 3 utgave, ISBN 978-82-450-0518-9.
- Normann, Richard, Service Management, Cappelen akademiske forlag, 3. utgave, ISBN 82-02-19835-6.
- Egen bok eller samling av artikler i arbeidsrett.
- Lovverk (enkeltlover og/eller lovsamling).

Klar for publisering:

Ja

IMT1331 Digital medieproduksjon og storytelling - 2012-2013

Emnekode:

IMT1331

Emnenavn:

Digital medieproduksjon og storytelling

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

10

Varighet:

Vår

Språk:

Norsk

Forventet læringsutbytte:

- Etter gjennomført emne skal studentene ha grunnleggende kunnskaper som muliggjør å kunne initiere, planlegge og gjennomføre en enkel (enkamera) medieproduksjon. De skal ha innsikt i de ulike medietypene som kan inngå i en innholdsproduksjon, og basiskunnskaper teoretisk og praktisk for produksjon av levende bilder, lyd-til-bildeopptak og redigering.
- Studentene skal ha grunnleggende kunnskaper om fortellerteknikk og dramaturgi.
- Videre skal studentene ha grunnleggende ferdigheter innen digitalisering, komprimering og distribusjon - samt kunne gjennomføre dette i sin produksjon.
- Kandidaten skal kunne finne og forholde seg kritisk til fagstoff, samt uttrykke seg skriftlig og muntlig i relevante sammenhenger som synopsis, prosjektbeskrivelser og pitching.

Emnets temaer:

- Produksjonsplanlegging
- Dramaturgi / analyse
- Manusutvikling
- Grunnleggende kamerateori
- Mikrofonlære for reportasjebruk/lyd-til-bilde
- Redigering
- Lyssetting
- Digitalisering, komprimering og distribusjon
- Oppdragsfilm
- Teamwork og praktisk arbeid

Pedagogiske metoder:

Gruppearbeid

Pedagogiske metoder (fritekst):

Forelesninger med etterfølgende workshops og selvstendig gruppearbeid og veiledning.

Vurderingsformer:

Muntlig, individuelt
Vurdering av prosjekt(er)

Vurderingsformer:

- Muntlig eksamen, individuell (teller 60%)
- Mappeprosjekt (teller 40%)
- Hver av delene må bestås separat

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

- Muntlig eksamen vurderes av to interne sensorer.
- Mappe sensureres av intern sensor.

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Må tas ved neste ordinære gjennomføring av emnet.

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

Obligatoriske arbeidskrav:

- To obligatoriske innleveringer (i tillegg til mappeoppgave)
- Begge må være godkjent

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for informatikk og medieteknikk

Emneansvarlig:

Høgskolelektor Kjell Are Refsvik

Læremidler:

Video i praksis av Jarle Leirpoll (siste utgave)
(<http://www.leirpoll.com/tv/vip/>)

The Tools of screenwriting (D. Howard/E. Mabley)
ISBN: 978-0312119089
St. Martin's Griffin

St. Martin's Griffin

Klar for publisering:

Ja

Emneside (URL):

<http://www.hig.no/imt/emnesider/imt1331>

IMT1232 Trykksaksproduksjon - 2012-2013

Emnekode:

IMT1232

Emnenavn:

Trykksaksproduksjon

Faglig nivå:

Bachelor (syklus 1)

Studiepoeng:

10

Varighet:

Vår

Språk:

Norsk

Anbefalt forkunnskap:

- IMT1041/1401 - Informasjons- og publiseringsteknologi

Forventet læringsutbytte:

Etter fullført emne skal studenten:

- inneha kunnskaper om teorier, prosesser og verktøy knyttet til fremstilling av trykte papirmedier
- kjenne til virkemåter og kapasiteter for utstyr brukt i førtrykk, trykk- og ferdiggjøringsprosessen
- ha kjennskap til produksjonsprosesser og materialer med relevante egenskaper for produkter og produksjonsprosesser
- kunne anvende faglig kunnskap på praktiske problemstillinger, slik som å produsere en trykksak fram til utskytning
- beherske teorien på en slik måte at de er i stand til å formidle sentralt fagstoff som teorier og løsninger både skriftlig og muntlig.

Emnets temaer:**Førtrykk :**

- Digitalt materiale
- Bildebehandling
- Sideombrekking
- Optimalisering for trykk
- Digital arbeidsflyt
- Proofing (prøvetrykk)

Trykk:

- Utskytning
- Fiberretning
- Trykkformfremstilling
- Analoge og digitale trykkmetoder

Ferdiggjøring:

- Bokbind og ferdiggjøring
- Materialer i grafisk produksjon

Pedagogiske metoder:

Ekskursjoner

Forelesninger

Gruppearbeid

Obligatoriske oppgaver

Veiledning

Pedagogiske metoder (fritekst):

Det vil være ukentlige forelesninger, parallelt med at studentene løser obligatoriske oppgaver (av relativt praktisk art) i grupper. Studentene skal også utføre en oppgave som skal presenteres, samt være opponenter til medstudentenes innlevering. Det legges inn et bedriftsbesøk hos en bedrift med produksjon innen både førtrykk, trykk og ferdiggjøring.

Vurderingsformer:

Skriftlig eksamen, 4 timer

Karakterskala:

Bokstavkarakterer, A (best) - F (ikke bestått)

Sensorordning:

To interne sensorer

Hvert 4. år vurderes eksamen også av ekstrern sensor, neste gang i 2016

Utsatt eksamen (tidl. kontinuasjon):

Ordinær kontinuasjon

Tillatte hjelpemidler:**Tillatte hjelpemidler (gjelder kun skriftlig eksamen):**

Ingen

Obligatoriske arbeidskrav:

Opp til 5 gruppearbeider må være vurdert til godkjent for å få tilgang til eksamen.

Ansvarlig avdeling:

Avdeling for informatikk og medieteknikk

Emneansvarlig:

Seksjonsleder Terje Stafseng

Læremidler:

Bøker:

Johansson, K., P. Linndberg og R. Rydberg (2007). *A guide to Graphic Print Production*, Second Edition, John Wiley & Sons.

Diverse utdelte/oversendte materiell/notater.

Supplerende litteratur:

- Skarsbø, S.E og Aull, M (2005), *Moderne trykkesystemer*, Vett og viten
- Stafseng, T (2005), *Digital trykkesystemer - infrastruktur og verktøy*, Vett og viten
- Skjeggstad, L.E. (2005), *Industriell bokbinding og ferdiggjøring*, Vett og viten

Annen litteratur/artikler/notater

- Terminologiliste: <http://terminologi.hig.no>, Sven Erik Skarsbø (red.)
- Kipphan, Helmut (ed.) (2002). *Handbook of print media: Technologies and production methods*. Springer-Verlag: Berlin

Supplerende opplysninger:

Aktuelle tidsskrift i HiGs bibliotek:

- *AGI Aktuel Grafisk Information, AGI Norsk Grafisk Tidsskrift, Deutscher Drucker, Druckspiegel, In-publish, Journal of Print and Media Technology Research, The Seybold Report, Typografiske Meddelelser*

Aktuelle klassenummer i HiGs bibliotek:

- 681.6–, 686–

Klar for publisering:

Ja

Emneside (URL):

<http://www.hig.no/imt/mt/emnesider/imt1232>