

DET HUMANISTISKE FAKULTET

KØBENHAVNS UNIVERSITET



**Studieordning for  
masteruddannelsen i  
Cross Media Communication /  
tværmedial kommunikation  
2013-ordningen**

**Revision 2016  
Justeret 2017**

**Institut for Medier, Erkendelse og Formidling  
Det Humanistiske Fakultet  
Københavns Universitet**

## Indhold

Kapitel 1. Hjemmel, tilhørsforhold, normering og titel .....	3
§ 1. Hjemmel.....	3
§ 2. Tilhørsforhold .....	3
§ 3. Normering .....	3
§ 4. Titel .....	3
Kapitel 2. Adgangskrav .....	3
§ 5. Adgangskrav .....	3
Kapitel 3. Studietekniske forhold .....	4
§ 6. Læsning af tekster på fremmedsprog og pensum .....	4
§ 7. Normalsidedefinition.....	4
§ 8. Stave- og formuleringsevne .....	4
Kapitel 4. Faglig profil .....	4
§ 9. Uddannelsens formål .....	4
§ 10. Kompetenceprofil for den færdige master.....	5
Kompetencebeskrivelse.....	5
Kompetencemål .....	5
Kapitel 5. Uddannelsens struktur .....	6
§ 11. Masteruddannelsens opbygning .....	6
§ 12. Uddannelsens moduler.....	7
Modul 1: Samfund og målgrupper .....	7
Modul 2: Strategisk kommunikation .....	11
Modul 3: Udtryksformer og jura .....	14
Modul 4: Masterprojekt.....	18
Kapitel 5. Generelle prøveregler og bedømmelseskriterier.....	22
§ 13. Generelle prøveregler .....	22
§ 14. Bedømmelseskriterier .....	22
Kapitel 6. Studieaktivitet og afslutning af uddannelsen .....	22
§ 15. Studieaktivitet .....	22
§ 16. Afslutning af uddannelsen .....	22
Kapitel 7. Merit og overgangsbestemmelser .....	23
§ 17. Merit .....	23
§ 18. Overgangsbestemmelser.....	23
Kapitel 8. Ikrafttræden, dispensation og godkendelse .....	23
§ 19. Ikrafttræden.....	23
§ 20. Dispensation.....	23
§ 21. Godkendelse.....	24

## Kapitel 1. Hjemmel, tilhørsforhold, normering og titel

### § 1. Hjemmel

2013-studieordningen for masteruddannelsen i Cross Media Communication er fastsat med hjemmel i § 4 i bekendtgørelse nr. 1187 af 7. december 2009 (masterbekendtgørelsen).

### § 2. Tilhørsforhold

Masteruddannelsen i Cross Media Communication hører under Studienævnet for Medier, Erkendelse og Formidling og censorkorpset for Film- og Medievidenskab.

### § 3. Normering

Masteruddannelsen i Cross Media Communication er et 2-årigt deltidsstudium normeret til 60 ECTS, der udbydes som åben uddannelse.

### § 4. Titel

En bestået masteruddannelse i Cross Media Communication giver ret til betegnelsen master i tværmedial kommunikation. På engelsk bruges Master of Cross Media Communication.

## Kapitel 2. Adgangskrav

### § 5. Adgangskrav

Adgang til masteruddannelsen i Cross Media Communication er betinget af, at ansøgeren har gennemført en akademisk bacheloruddannelse, en professionsbacheloruddannelse, en mellemlang videregående uddannelse eller en diplomuddannelse gennemført som reguleret forløb. I alle tilfælde er det et krav, at den adgangsgivende uddannelse indeholder et væsentligt element (svarende til mindst 30 ECTS) af kommunikation (fx medievidenskab, journalistik, marketing, PR, webdesign e.l.) eller et væsentlig element (svarende til mindst 30 ECTS) af samfundsvidenskab eller erhvervsøkonomi (fx organisationsforhold, erhvervs- og/eller afsætningsøkonomi, jura af relevans for medie/kommunikationsfeltet, politik og samfundsorganisering mv.). Adgangsgivende uddannelser kan fx være BA i medievidenskab (KU, SDU, AU), BA i kommunikation (RUC), BA i journalistik (SDU), BA i humanistisk informatik (AAU), BA i erhvervsøkonomi (CBS), eller en uddannelse ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

*Stk. 2.* Derudover skal ansøgeren have mindst to års relevant erhvervs erfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse. Relevant erhvervs erfaring forstås her som arbejde inden for områder, hvor kommunikation udgør en væsentlig bestanddel.

*Stk. 3.* Der kan dispenseres for ansøgere, der ikke opfylder disse adgangsbetingelser, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, som kan sidestilles hermed, herunder ansøgere der har gennemført en diplomuddannelse som fleksibelt forløb.

*Stk. 4.* I tilfælde af at det af kapacitetsmæssige årsager ikke er muligt at optage alle rettidigt tilmeldte kvalificerede ansøgere, sker optagelse ud fra en faglig helhedsvurdering af ansøgerne på grundlag af følgende kriterier:

- relevansen af ansøgernes adgangsgivende uddannelsesbaggrund i forhold til det faglige indhold på masteruddannelsen i Cross Media Communication
- relevansen af ansøgernes erhvervs erfaring i forhold til det faglige indhold på masteruddannelsen i Cross Media Communication
- ansøgernes motiverede optagsansøgninger.

## Kapitel 3. Studietekniske forhold

### § 6. Læsning af tekster på fremmedsprog og pensum

Den studerende må være i stand til at læse tekster på engelsk samt på de skandinaviske sprog. *Stk. 2.* Information om gældende pensumbestemmelser findes på studiesiderne i KUnet, under menu-punktet [Eksamen => Før eksamen => Pensum].

### § 7. Normalsidedefinition

En normalside i forbindelse med tekstopgivelser og aflevering af hjemmeopgaver, herunder speciale, svarer til 2.400 typeenheder inkl. mellemrum. Ved beregning af omfang af hjemmeopgaver indgår noter, men ikke forside, litteraturliste og bilag.

### § 8. Stave- og formuleringsevne

Ved bedømmelsen af skriftlige hjemmeopgaver, herunder masterprojekt, skrevet såvel på dansk som på et fremmedsprog skal den studerendes stave- og formuleringsevne (som dokumenteret i den forelagte præstation) indgå i helhedsbedømmelsen af den pågældende præstation, idet det faglige indhold dog vægtes tungest. Hvis der er et særligt fokus på stave- og formuleringsevne, vil det fremgå af det enkelte fagelement i § 9.

## Kapitel 4. Faglig profil

### § 9. Uddannelsens formål

Master i Cross Media Communication er en erhvervsorienteret, forskningsbaseret uddannelse, der med udgangspunkt i en kompleks og konstant foranderlig medievirkelighed har tværmedial kommunikation som sit kerneområde. Uddannelsen har som formål at give den studerende viden, færdigheder og kompetencer vedrørende forskellige typer af medier – fra massemedier til netværksmedier, medier for én-til-én, én-til-mange og mange-til-mange kommunikation – og deres prægning af kommunikationens form og indhold i sig selv samt deres samspil i tværmediale kommunikationsstrategier. Uddannelsen sigter mod at videreudvikle den studerendes teoretiske og analytiske kompetencer såvel som praktiske erfaringer inden for tværmedial kommunikation og mod at ruste den studerende til at navigere i det aktuelle medielandskab og til at løse praktiske kommunikationsopgaver – på tværs af medietyper og som led i en koordineret kommunikationsstrategi, hvor de enkelte mediers styrker udnyttes og kombineres i et effektivt samspil.

Masteruddannelsen i Cross Media Communication baserer sig på en entreprenøriel tilgang til uddannelse, hvor den studerende har fokus på og ansvar for egen læring ved at forholde den viden og de færdigheder og kompetencer, som uddannelsen giver, til egne erhvervs erfaringer og egen erhvervsfaglige virkelighed med henblik på en faglig opgradering enten i forhold til aktuel arbejdsituation eller i forhold til karriereskift. Som væsentligt element i denne pædagogiske metode udarbejder den studerende i løbet af det enkelte modul en portfolio, hvor læringsmålene defineres, og hvor læringsprocessen fortløbende monitoreres og evalueres under underviserens vejledning. Portfolioen fungerer som et redskab for læringsmæssig fordybelse og progression inden for det enkelte modul og også på tværs af modulerne.

Da videreformidling af den viden og de færdigheder og kompetencer, som den studerende erhverver sig, er essentiel i forhold uddannelsens læringsmål såvel som til den studerendes nuværende og potentielle arbejdspladser, fokuserer uddannelsen gennemgående på den studerendes formidlingsevner.

Masteruddannelsen henvender sig til personer, som med udgangspunkt i egen virksomhed eller i eksisterende job i private og offentlige organisationer ønsker at videreuddanne sig inden for tværmedial kommunikation.

## § 10. Kompetenceprofil for den færdige master

### Kompetencebeskrivelse

Masteruddannelsen i Cross Media Communication har som sit kerneområde tværmedial kommunikation i det aktuelle (medie)samfund. Uddannelsen giver systematisk viden om forskellige medier (fra klassiske massemedier til digitale netværksmedier), om deres særlige karakteristika, indbyrdes ligheder og forskelle, hvad æstetik, udtryksformer og virkemidler angår, deres historiske udvikling og placering i dagens samfund. Endvidere giver uddannelsen systematisk viden om forskellige mediesystemer, målgrupper og etiske og juridiske forhold ved tværmedial kommunikation samt om forskellige former for strategisk kommunikation og kommunikation i organisationer og projekter. Masteruddannelsen giver den studerende brede teoretiske, analytiske og praktiske kompetencer på det tværmediale kommunikationsfelt, herunder hvordan forskellige medier effektivt kan spille sammen i tværmediale strategier, som kan anvendes i både interne og eksterne kommunikationssituationer i virksomheder, institutioner og organisationer.

### Kompetencemål

En master i Cross Media Communication har følgende specifikke kompetencer:

Viden om og forståelse af

- en række centrale dimensioner af kommunikationssituationen: en strategidimension, en målgruppedimension, en samfundsdimension, en juridisk og etisk dimension samt en kreativ kommunikationsdimension
- forskellige teoretiske, analytiske såvel som praktiske tilgange til disse centrale dimensioner.
- forskellige medieteknologier og medieplatforme og disses anvendelighed
- den tværmediale kommunikation som særligt videns- og praksisfelt, der trækker på en række tværfaglige tilgange fra både humaniora, samfundsvidenskab og erhvervsøkonomi, og som baserer sig på forskning på højeste internationale niveau
- samt evne til på et videnskabeligt grundlag at reflektere over tværmedial kommunikation som særligt vidensområde og på denne baggrund identificere relevante videnskabelige problemstillinger.

Færdigheder i at

- mestre teori og analyse af organisatoriske, institutionelle og kommunikative aspekter i forhold til det samlede tværmediale kommunikationskredsløb
- vurdere de forskellige teorier og metodiske tilgange inden for tværmedial kommunikation og på denne baggrund opstille egne analysemodeller og udvikle egne kommunikationsløsninger
- foretage kritiske medievalg ud fra vurdering af hvilke medier, der virker bedst i hvilke situationer
- formidle og diskutere problemstillinger og løsningsmodeller i tværmedial kommunikation til/med fagfæller såvel som ikke-specialister.

Kompetencer i at

- planlægge og gennemføre komplekse kommunikationsløsninger på tværs af flere forskellige medier gennem samarbejde på tværs af fagligheder
- anvende relevante udtryksformer (f.eks. narrative, visuelle og oplevelsesorienterede udtryksformer) på tværs af forskellige medier
- evaluere og opstille tværmediale kommunikationsløsninger i forhold til forskellige målgrupper
- udvikle og styre samt samarbejde på tværs af fagligheder om de organisatoriske processer, der knytter sig til tværmedial kommunikation
- arbejde selvstændigt med teorier og metoder inden for tværmedial kommunikation som fagområde og på den måde tage ansvar for egen faglig udvikling og læring herunder ved at udarbejde portfolio.

## Kapitel 5. Uddannelsens struktur

### § 11. Masteruddannelsens opbygning

Masteruddannelsen i Cross Media Communication omfatter 4 moduler på samlet 60 ECTS inkl. masterprojektet.

*Stk. 2.* Et normalt studieforløb strækker sig over to år med 1 modul hvert semester. Der udbydes undervisning i forhold til nedenstående skema over et normalt studieforløb. Modul 1-3 kan dog tages i valgfri rækkefølge. Modul 1-3 kan tillige læses enkeltvist.

*Stk. 3.* Masterprojektet, der udgør 15 ECTS, ligger på uddannelsens fjerde semester. Masterprojektet skal udarbejdes inden for Cross Media Communication. Der kan vælges mellem et praksisorienteret og et teoretisk-analytisk masterprojekt. Prøverne i modul 1-3 skal bestås, før den studerende kan bestå masterprojektet. Der kan dog gives dispensation til at en enkelt af prøverne i modul 1-3 kan afsluttes efter masterprojektet.

*Stk. 4.* Det normale studieforløb for masteruddannelsen i Cross Media Communication fremgår af følgende oversigt:

Semester	Modul (uddannelsesdel)	Fagelement (fagtype)	Prøvebestemmelser
1.	Modul 1: Samfund og målgrupper 15 ECTS	Systemer, samfund og individ i tværmedial kommunikation 7,5 ECTS HMMM03101E	Fri hjemmeopgave med materiale Intern ved én eksaminator 7-trins-skalaen
		Målgrupper i tværmedial kommunikation: analyse, teori og metode 7,5 ECTS HMMM03111E	Aktiv undervisningsdeltagelse Intern ved én eksaminator Bestået/Ikke bestået
2.	Modul 2: Strategisk kommunikation 15 ECTS	Strategisk tværmedial kommunikation i organisationer og projekter 15 ECTS HMMM03121E	Fri mundtlig prøve med materiale og synopsis Ekstern 7-trins-skalaen
3.	Modul 3: Udtryksformer og jura 15 ECTS	Æstetiske, narrative og audiovisuelle virkemidler i tværmedial kommunikation 7,5 ECTS HMMM03131E	Fri mundtlig prøve med materiale og synopsis Intern ved flere eksaminatorer 7-trins-skalaen
		Den tværmediale kommunikations jura og etik 7,5 ECTS HMMM03141E	Aktiv undervisningsdeltagelse Intern ved én eksaminator Bestået/Ikke bestået
4.	Modul 4: Masterprojekt 15 ECTS	Praksisorienteret masterprojekt 15 ECTS HMMM03151E	Fri hjemmeopgave og fri mundtlig prøve med materiale Ekstern 7-trins-skalaen
		<i>eller</i> Teoretisk-analytisk masterprojekt 15 ECTS HMMM03161E	Fri hjemmeopgave og fri mundtlig prøve Ekstern 7-trins-skalaen

## § 12. Uddannelsens moduler

### Modul 1: Samfund og målgrupper 15 ECTS

Modulet omfatter to fagelementer:

Systemer, samfund og individ i tværmedial kommunikation

Målgrupper i tværmedial kommunikation: analyse, teori og metode.

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende:</p> <p>Viden om og forståelse af:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• tværmedial kommunikation, hvor der fokuseres på centrale begreber som mediekonvergens og mediedivergens, på forskellen mellem push og pull medier, på dialog- og deltagelsesbaserede medier samt på netværksmedier og -kommunikation, herunder de medieteknologiske muligheder og udfordringer</li><li>• medier, kommunikation og systemer, hvor der fokuseres på relevante medie- og kommunikationsteorier, på medieret kommunikationsteori, monologisk og dialogisk kommunikation, og hvor der også anlægges videnskabsteoretiske perspektiver på medie- og kommunikationsteori, og der fokuseres på komparative analyser af mediesystemer, herunder medieudviklingens og globaliseringens indflydelse på mediesystemerne</li><li>• netværkssamfundet og netværksmediernes, hvor der fokuseres på de sociale og kulturelle implikationer, som netværkssamfund og globaliseringen indebærer, og hvordan disse faciliterer nye kommunikationsmønstre, kulturelle identiteter og fællesskaber, og hvor der også fokuseres på nye tendenser inden for mediebrug, hvor fokus er på samarbejde, deltagelse og medskabelse samt på, hvordan mediernes formater og logikker i stigende grad præger andre kulturelle, samfundsmæssige forhold og områder</li><li>• forskellige målgruppers faktiske medieadfærd</li><li>• målgruppeanalyse og -overvejelser før en kommunikationssituation (planlægningsfase) samt målgruppeanalyse og evaluering af konkrete tværmediale kommunikationsprodukter og -kampagner (effekt målingsfase)</li><li>• relevante kvantitative og kvalitative metoder til at bestemme og teste målgrupper og brugeradfærd samt til at analysere og evaluere målgruppeundersøgelser og målgruppers reception, ikke mindst i forhold til digitale medier og i forhold til samspillet mellem massemedier (aviser, radio og tv) og netværksmedier</li><li>• forskelle mellem kommunikation i digitale medier og 'klassisk medieret' kommunikation samt betydningen heraf for modtagersituationen med fokus på begreber som brugerindflydelse, -deltagelse og medskabelse</li><li>• metoder for effektive kommunikationsmålinger og aktuelle problemstillinger om, hvordan man måler effekten af kommunikation med nye medier.</li></ul>
----------------------------------	--

	<p>Færdigheder i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• operationalisering af teoretiske, analytisk og metodisk indsigter i medier og kommunikation</li><li>• anvendelse af disse i analyser af mediernes institutionelle, politiske, sociale og kulturelle dimensioner, herunder den betydning medieudviklingen og udbredelsen af tværmediale kommunikationsformer har for mediesystemerne og -kredsløbene</li><li>• formidling af disse analyser i et tværmedialt format</li><li>• anvendelse af teoretisk og analytisk viden om kommunikationsprocesser og modtagerforhold i forhold til forskellige medietyper og i forhold til tværmedial kommunikation</li><li>• anvendelse af kvantitative og kvalitative metoder til planlægning og gennemførelse af målgruppeanalyser og -test.</li></ul> <p>Kompetencer i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• anvendelse og kritisk vurdering af centrale teorier om kommunikation med særligt fokus på tværmedial kommunikation og de udfordringer og muligheder som samspillet mellem forskellige medier rummer</li><li>• anvendelse og kritisk vurdering af centrale teorier om mediesystemet, herunder mediernes produktionsprocesser, politiske rolle og kulturelle og samfundsmæssige betydning</li><li>• beskrivelse af det danske, europæiske og globale mediesystems opbygning, herunder anvendelse af viden om relevante institutioner og aktører inden for forskellige medietyper med særlig fokus på den aktuelle medieudvikling og samspillet mellem forskellige medie</li><li>• gennemførelse af konkrete analyser af enkelte medieinstitutioners virksomhed med særlig fokus på tværmediale kommunikationsformer</li><li>• kommunikations- og målgruppeanalyse i forhold til forskellige medier, herunder evne til kritisk at anvende relevante teorier og metoder til at analysere modtagersituationen</li><li>• planlægning og gennemførelse af målgruppeanalyser og målgruppetest i forhold til konkrete kommunikationsopgaver, herunder undersøgelse af hvordan et mediebudskab modtages</li><li>• evaluering såvel som metodisk refleksion over målgruppeanalyser og -test.</li><li>• samarbejde på tværs af fagligheder om løsning af mediesystemiske og målgruppeteoretiske problemstillinger.</li></ul> <p>arbejde selvstændigt med teorier og metoder inden for mediesystemanalyse og målgruppeteori og -analyse og på den måde tage ansvar for egen faglig udvikling og læring.</p>
--	---



**Systemer, samfund og individ i tværmedial kommunikation**  
***Systems, Society and Individuals in Cross Media Communication***  
**7,5 ECTS**  
**Aktivitetskode: HMMM03101E**

Fagelementet lægger hovedvægten på analysen af den aktuelle medieudvikling og dens betydning for eksisterende mediesystemer i et bredt samfundsmæssigt og kulturelt perspektiv.

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• selvstændigt og kritisk analysere problemstillinger vedrørende mediesystemer med vægt på tværmedial kommunikation</li><li>• selvstændigt og kritisk anvende viden om relevante institutioner og aktører inden for forskellige medietyper med særlig fokus på den aktuelle medieudvikling og samspillet mellem forskellige medie</li><li>• på en selvstændig og kritisk måde forholde sig teoretisk og analytisk reflekterende til mediernes samfundsmæssige placering, rolle og betydning</li><li>• formidle viden og indsigter af mediesystemanalytisk karakter i en populærvidenskabelig og tværmedial form.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Undervisningen tilrettelægges som en række intensive seminarer med hovedvægt på en teoretisk gennemgang af forskellige dimensioner af mediesystemet, der eksemplificeres med konkrete cases, øvelser og analyser, som de studerende skal arbejde med individuelt eller i grupper og diskutere og formidle i og uden for undervisningen. Som del af undervisningen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave med selvproduceret materiale. Hjemmeopgaven består i en selvstændig besvarelse af et emne, der er aftalt imellem eksaminand og eksaminator, og materialet har form som en formidlingsopgave, fx en artikel (max. 2 sider), opslag på hjemmeside, et blogindlæg, opslag til en online vidensressource o.l., hvor hjemmeopgavens undersøgelser formidles i populariseret form. <b>Syge-Prøveform:</b> Samme som netop ovenfor. <b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt efter 7-trins-skalaen. <b>Eksaminationssprog:</b> Dansk. <b>Omfang:</b> Hjemmeopgaven har et omfang af 8-10 normalsider. <b>Hjælpemidler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan aflægges som gruppeprøve med maks. 3 gruppedeltagere. Ved gruppeprøve med 2 deltagere er prøvens omfang 16-20 normalsider, ved gruppeprøve med 3 deltagere er prøvens omfang 24-30 normalsider. Mindst halvdelen af opgaven skal kunne gøres til genstand for individuel bedømmelse, og hver enkelt deltagers bidrag være en afgrænset helhed, der er identificeret og kan bedømmes for sig.
<b>Særlige bestemmelser</b>	Materialet vægter 25 % i bedømmelsen. Materialets omfang er det samme ved gruppeprøve som ved individuel prøve.

**Målgrupper i tværmedial kommunikation: analyse, teori og metode**  
**Target Groups in Cross Media Communication**  
**7,5 ECTS**  
**Aktivitetskode: HMMM03111E**

Fagelementet lægger hovedvægten på modtagernes rolle i tværmedial kommunikation, herunder teorier og metoder til at undersøge og forstå brugsmønstre samt grader af engagement og involvering.

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"><li>• selvstændig og kritisk anvende relevante teorier og metoder til at analysere modtagersituationen</li><li>• selvstændig og kritisk gennemføre og evaluere en mindre, empirisk undersøgelse af en afgrænset målgruppe- eller receptionsanalytisk problemstilling med udgangspunkt i tværmedial kommunikation</li><li>• vurdere undersøgelsens forklaringsværdi og metode og selvstændigt og kritisk forankre dette i relevante teorier.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Undervisningen forløber over en række intensive seminarer, som veksler mellem teori og praksis, herunder øvelser, hvor de studerende laver case-studier af forskellige medieprodukter samt tværmediale kommunikationskampagner med fokus på samspillet mellem medier, hvordan (eller hvorvidt) disse medieprodukter og -kampagner henvender sig til en særlig målgruppe, samt hvilke strategier der anvendes i kommunikationen. Desuden skal de studerende i grupper planlægge og gennemføre en decideret målgruppeanalyse af en tværmedial kommunikationskampagne og dens målgrupper på baggrund af kvantitative og/eller kvalitative metoder. Som del af undervisningen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Aktiv undervisningsdeltagelse i form af udarbejdet portfolio og udført målgruppeanalyse. <b>Syge-/omprøve:</b> Bunden hjemmeopgave. <b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt Bestået/Ikke bestået. <b>Eksaminationssprog:</b> Dansk. <b>Omfang ved syge-/omprøve:</b> 18-20 normalsider. Der gives 7 dage til at besvare opgaven. <b>Hjælpemidler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.
<b>Særlige bestemmelser</b>	Den målgruppeanalyse, som den studerende skal planlægge og gennemføre, indgår som obligatorisk del af portfolioen.

## Modul 2: Strategisk kommunikation 15 ECTS

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• kommunikationens placering, betydning og muligheder inden for forskellige organisationstyper, -forståelser og -kulturer, idet der skelnes mellem intern og ekstern kommunikation, kommunikation som ledelsesredskab i den daglige drift, i projekter og forandringssituationer</li><li>• hvordan forskellige medietyper kan anvendes til at organisere den interne kommunikation, kollektive arbejdsopgaver og projektarbejde, kommunikation med eksterne samarbejdspartnere, kommunikation med kunder og som værktøjer i organisationens brandkommunikation</li><li>• centrale begreber som branding, corporate communication, ledelseskommunikation, krise- og forandringskommunikation, corporate social responsibility og integreret markedskommunikation</li><li>• hvordan strategisk kommunikation fungerer i forskellige sammenhænge, herunder i projektledelse, hvor der er tale om kommunikation med mange deltagere, og hvor kommunikationen kan veksle mellem envejs- og flervejskommunikation, mellem formel og uformel kommunikation, og hvor en væsentlig del af det at kommunikere indebærer, at man lytter: til sine medarbejdere, til sin ledelse, til sine stakeholders, aktionærer og kunder</li><li>• kompleks kommunikation i komplekse organisationer med mange forskellige kulturer og måske tillige i komplekse situationer (forskellige former for forandringsprocesser, som fordrer forandringskommunikation, krisekommunikation etc.)</li><li>• hvordan organisationer og virksomheder opererer i en globaliseret verden, og hvor mange er globaliserede i sig selv, dvs. at de som organisationer hører hjemme flere steder i verden og på den måde fremstår særligt udfordrende for en velfungerende kommunikationsstrategi, da denne også skal tage højde for sproglige og kulturelle forskelle.</li></ul> <p>Færdigheder i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at teoretisere over og analysere organisationers struktur og kommunikationspraksis generelt</li><li>• at bruge den teoretiske viden analytisk og praktisk i forhold til konkrete kommunikationssituationer i den studerendes egen organisation, herunder kan analysere og løse kommunikationsopgaver af enten intern eller ekstern karakter i organisationen</li><li>• at formidle konkrete kommunikationsløsninger i skriftlig og mundtlig form.</li></ul> <p>Kompetencer i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at redegøre for generel kommunikationsteori samt organisationskommunikation mere specifikt</li><li>• at beherske teorier om organisationer og om kommunikation som ledelsesværktøjer i organisationer og projekter og herunder, hvordan tværmediale strategier anvendes til at løse kommunikationsopgaver i organisationer og projekter</li><li>• at omsætte disse teorier til praktisk kommunikationstilrettelæggelse gennem konkrete analyser af organisationer og deres kommunikationspraksis generelt og i specifikke situationer.</li><li>• samarbejde på tværs af fagligheder om løsning af problemstillinger vedrørende strategisk kommunikations.</li><li>• arbejde selvstændigt med teorier og metoder inden for strategisk kommunikation og på den måde tage ansvar for egen faglig udvikling og læring.</li></ul>
----------------------------------	---

## Strategisk tværmedial kommunikation i organisationer og projekter

### *Strategic Cross Media Communication in Organisations and Projects*

15 ECTS

Aktivitetskode: HMMM03121E

Fagelementet lægger vægt på grundlæggende strategiske kommunikationsteorier og –begreber og i den forbindelse hvordan forskellige medier – hver for sig og i samspil med hinanden – indgår i konkrete kommunikationsstrategier.

<p><b>Faglige mål</b></p>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• beherske og selvstændigt og kritisk forholde sig til teorier om organisationer og om strategisk kommunikation som ledelsesværktøjer i organisationer og projekter</li> <li>• selvstændigt og kritisk analysere og reflektere over kommunikationens strategiske rolle og placering i organisationer og projekter</li> <li>• selvstændigt og kritisk analysere og reflektere over, hvordan forskellige medier alene eller i kombinationer kan anvendes til at løfte forskellige kommunikationsopgaver i en organisation eller et projekt</li> <li>• tilrettelægge og selvstændigt og kritisk vurdere en tværmedial kommunikationsstrategi for at løse en konkret opgave i en given organisation eller projekt med udgangspunkt i relevante teorier.</li> <li>• formidle tværmedial kommunikationsstrategi i form af skriftligt materiale og en mundtlig fremlæggelse.</li> </ul>
<p><b>Undervisnings- og arbejdsformer</b></p>	<p>Fagelementet forløber over en række intensive seminarer, som kombinerer forelæsning og diskussion på baggrund af litteraturen med analyseeksempler, bidrag fra eksterne gæsteforelæsere med en praktisk erfaring med organisationskommunikation samt caseforløb med udgangspunkt i de studerendes egne organisationer. Som del af undervisningen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.</p>
<p><b>Prøvebestemmelser</b></p>	<p><b>Prøveform:</b> Fri mundtlig sagsfremstilling med selvproduceret materiale og synopsis. Prøven har form af en mundtlig fremlæggelse af materialet, der består af et udkast til en konkret tværmedial kommunikationsstrategi til løsning af en konkret problemstilling i en given organisation. Strategien kan omfatte branding-kampagner, omstillingsprocesser, værdikommunikation og kan bl.a. inkludere karakteristik af organisationen, kommunikationens placering heri og de konkrete konsekvenser af denne placering i den givne kommunikationssituation, dvs. en evaluering af kommunikationen – herunder anvendelse af mediestrategi – set fra en teoretisk vinkel. Fremlæggelsen efterfølges af en diskussion med eksaminator, hvor analysen bl.a. perspektiveres i forhold til andre organisationsformer, kommunikationsløsninger og -kanaler mv. med inddragelse af den opgivne pensumlitteratur.</p> <p><b>Syge-Prøveform:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk.</p> <p><b>Omfang:</b> Eksaminationen varer 30 minutter inkl. votering. Fremlæggelsen må være på maks. 10 minutter. Materialet omfatter 20 normalsider. Synopsis må maks. omfatte 2 normalsider.</p> <p><b>Hjælpe midler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Materialet kan udarbejdes i grupper, men prøven er individuel. Materialets omfang er det samme (20 normalsider) som for individuelt udarbejdet materiale.</p>

<b>Særlige bestemmelser</b>	Eksaminanden fremlægger sin kommunikationsstrategi på baggrund af en synopsis, der skal være forsynet med en klar definition af den problemstilling, som eksaminanden ønsker at redegøre for eksamenssituationen. Synopsen fungerer som disposition til brug ved den mundtlige prøve, men må ikke have karakter af et manuskript for fremlæggelsen. Såvel fremlæggelsen som den efterfølgende diskussion skal tage afsæt i pensum. Materiale og mundtlig fremlæggelse vægter 50/50 % i bedømmelsen; synopsis indgår ikke.
-----------------------------	---

### Modul 3: Udtryksformer og jura 15 ECTS

Modulet Udtryksformer og jura omfatter to fagelementer:

Æstetiske, narrative og audiovisuelle virkemidler i tværmedial kommunikation  
Den tværmediale kommunikations jura og etik.

<b>Kompetencemål for modulet</b>	Modulet giver den studerende: Viden om og forståelse af <ul style="list-style-type: none"><li>• æstetiske kommunikationsprincipper såsom følelses- og oplevelsesorienteret kommunikation</li><li>• centrale begreber som genre og stil med særligt fokus på anvendelse af audiovisuelle tillige med narrative strategier</li><li>• væsentlige begreber som interaktionsstruktur og reception i forhold til hvordan tværmediale kommunikationsstrategier åbner for oplevelsesorienterede receptionsmodi, hvor målgruppen ikke kun er modtagere, men også på forskellig vis medspillere og medproducenter</li><li>• hvordan genre- og stilmæssige greb fra fx film og tv remedieres i nyere medieformater, og hvordan film og tv's formsprog tilsvarende påvirkes af netværksmediernes</li><li>• narrative strategier i tværmedial kommunikation, herunder anvendelse af klassiske fortællebegreber og narratologiske/dramaturgiske modeller (fra litteratur, film, teater, retorik, journalistik mv.) såvel som nyere fortællebegreber, der knytter sig til de digitale mediers deltagelsesorienterede fortællinger (f.eks. computerspil)</li><li>• internettets centrale rolle som medium for kommunikation på alle niveauer, herunder personlig identitets- og fællesskabsorienteret kommunikation</li><li>• forskellige medieteknologiers karakteristika (f.eks. netværks- og mobilteknologer) i forhold til mediernes udtrykspotentialer</li><li>• ansvarsfordeling, rettigheder over materialer (f.eks. i forbindelse med fildeling på internettet), personkrænkelser, regler for markedsføring (f.eks. product placement), grænserne mellem det offentlige og det private mv.</li><li>• normative krav til forskellige former for kommunikation samt konkrete organisatoriske tiltag til sikring af god etik i journalistik, PR og informationsarbejde, online-kommunikation og reklame</li><li>• forskellige etiske og juridiske aspekter i tilknytning til medier, formidling og tværmedial kommunikation, såsom retslige regler og etiske grænser.</li></ul>
----------------------------------	---

	<p>Færdigheder i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at undersøge og redegøre for anvendelse af æstetiske, narrative og audiovisuelle strategier i tværmedial kommunikation</li><li>• at undersøge, afprøve og kritisk vurdere et udsnit af formmæssige redskaber i konkrete kommunikationssituationer med udgangspunkt i et teoretisk og analytisk begrebsapparat i forhold til forskellige udtryksformer inden for tværmedial kommunikation</li><li>• at identificere og vurdere etiske samt ophavs- og immaterialretlige problemstillinger i tilknytning til konkrete tværmediale kommunikationsopgaver eller kommunikationssituationer</li><li>• at analysere sig frem til, hvordan medie- og kommunikationsrelaterede problemstillinger kan håndteres på baggrund af etiske retningslinjer og den etablerede domspraksis</li><li>• at formidle konkrete kommunikationsløsninger i skriftlig og mundtlig form.</li></ul> <p>Kompetencer i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at planlægge, gennemføre og kritisk vurdere tværmediale kommunikationskampagner, der med udgangspunkt i det teoretiske og analytiske begrebsapparat anvender udvalgte udtryksformer i deres henvendelse og forhold til modtagerne</li><li>• at redegøre for de juridiske regler og etiske retningslinjer på medie- og kommunikationsområdet</li><li>• at identificere og vurdere juridiske og etiske problemer i forbindelse med konkrete kommunikationsopgaver og -situationer med et særlig fokus på de udfordringer, som ligger i anvendelse af tværmediale kommunikationsstrategier</li><li>• at forholde sig analytisk reflekterende til etiske problemstillinger, der kan opstå i eller som følge af en kommunikationsopgave/situation.</li><li>• samarbejde på tværs af fagligheder om løsning af problemstillinger vedrørende den tværmediale kommunikations form og jura.</li></ul> <p>arbejde selvstændigt med teorier og metoder inden for den tværmediale kommunikations form og jura og på den måde tage ansvar for egen faglig udvikling og læring.</p>
--	---

**Æstetiske, narrative og audiovisuelle virkemidler i tværmedial kommunikation**  
***Aesthetic, Narrative and Audiovisual Strategies in Cross Media Communication***  
**7,5 ECTS**  
**Aktivitetskode: HMMM03131E**

Fagelementet lægger hovedvægten på tværmedial kommunikation med særligt fokus på kommunikationens formmæssige karakteristika.

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• redegøre for og selvstændigt og kritisk vurdere relevante teoretiske og analytiske begrebsdannelser i forhold til forskellige udtryksformer inden for tværmedial kommunikation</li><li>• vise indsigt i og evne til selvstændigt og kritisk at vurdere såvel klassiske som nyere mediers formmæssige udtryk og disses medieteknologiske forudsætninger på både teoretisk og analytisk niveau</li><li>• omsætte denne teoretiske og analytiske viden til praksis gennem udarbejdelse og selvstændig og kritisk vurdering af et koncept for en praktisk tværmedial kommunikationsopgave</li><li>• selvstændig og kritisk formidle tværmedial kommunikationsstrategi i såvel skriftlig som mundtlig form.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	<p>Undervisningen former sig som en række intensive seminarer, der består af en teoretisk og analytisk hoveddel, som veksler mellem forelæsninger og en række casestudies vedrørende mediers udtryksformer. De studerende skal som led i alle seminarerne analysere og/eller afprøve de forskellige formmæssige udtryk i forbindelse med mindre øvelser. Som del af undervisningen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.</p>
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri mundtlig sagsfremstilling med selvproduceret materiale og synopsis. Prøven har form af en mundtlig fremlæggelse af materialet, der er en konceptbeskrivelse for en tværmedial kommunikationsløsning. Konceptbeskrivelsen, som er detaljeret beskrevet i materialet, rummer refleksioner over kommunikationsløsningens medievalg og formmæssige virkemidler (f.eks. anvendelse af tekst, billeder, lyd, animation, narrativ struktur etc., samt beskrivelser og visualisering af de valgte tværmediale løsninger. Den mundtlige fremlæggelse samt pensum danner udgangspunkt for en mundtlig dialog mellem eksaminator og studerende ud fra de problemstillinger, der berøres i konceptbeskrivelsen.</p> <p><b>Syge-Prøveform:</b> Samme som netop ovenfor.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved flere eksaminatorer bedømt efter 7-trinsskalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Dansk.</p> <p><b>Omfang:</b> 30 minutter inkl. votering. Fremlæggelsen må være på maks. 10 minutter. Materialet omfatter 10 normalsider. Synopsis må maks. omfatte 2 normalsider.</p> <p><b>Hjælpemidler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Materialet kan udarbejdes i grupper, men prøven er individuel. Materialets omfang er det samme (10 normalsider) som for individuelt udarbejdet materiale.</p>



<b>Særlige bestemmelser</b>	Eksaminanden fremlægger sit koncept på baggrund af en synopsis, der skal være forsynet med en klar definition af det aftalte eksamensemne og dermed det koncept, som eksaminanden ønsker at redegøre for i eksamenssituationen. Synopsen fungerer som disposition til brug ved den mundtlige prøve, men må ikke have karakter af et manuskript for fremlæggelsen. Såvel materialet som fremlæggelsen og den efterfølgende diskussion skal tage afsæt i pensum. Materiale og fremlæggelse vægter 50/50 % i bedømmelsen; synopsis indgår ikke.
-----------------------------	--

## Den tværmediale kommunikations jura og etik

### *Law and Ethics in Cross Media Communication*

7,5 ECTS

Aktivitetskode: HMMM03141E

Fagelementet omfatter lovmæssige regler og etiske grænser i kommunikationssammenhænge med særligt fokus på tværmedial kommunikation.

<b>Faglige mål</b>	Eksaminanden kan <ul style="list-style-type: none"> <li>• selvstændigt og kritisk redegøre for de juridiske regler og etiske retningslinjer på medie- og kommunikationsområdet</li> <li>• forholde sig selvstændigt og kritisk analyserende til juridiske og etiske aspekter vedrørende tværmedial kommunikation med inddragelse af relevant teori</li> <li>• selvstændigt og kritisk vurdere juridiske eller etiske problemstillinger og inddrage disse vurderinger i løsning af konkrete kommunikationsopgaver.</li> </ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	Fagelementet er tilrettelagt som en række intensive seminarer med hovedvægt på en gennemgang og forklaring af juridiske regler og etiske retningslinjer, som perspektiveres med en lang række eksempler på, hvordan disse regler og retningslinjer forvaltes i praksis. Som led i kurset skal de studerende løse to opgaver (omfang per opgave: max. 2 sider) med fokus på juridisk og etisk relaterede problemstillinger i konkrete kommunikationssituationer eller kommunikationsprojekter. Som del af undervisningen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.
<b>Pensum</b>	Information om gældende pensumbestemmelser findes på studiesiderne i KUNet, under menupunktet [Eksamen => Før eksamen => Pensum].
<b>Prøvebestemmelser</b>	<b>Prøveform:</b> Aktiv undervisningsdeltagelse i form af udfyldt portfolio og opgaver med fokus på juridisk og etisk relaterede problemstillinger. <b>Syge-/omprøve:</b> Bunden hjemmeopgave. <b>Bedømmelse:</b> Intern prøve ved én eksaminator bedømt Bestået/Ikke bestået. <b>Eksaminationssprog:</b> Dansk. <b>Omfang ved syge-/omprøve:</b> 18-20 normalsider. Der gives 7 dage til at besvare opgaven. <b>Hjælpe midler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt. <b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan kun aflægges individuelt.
<b>Særlige bestemmelser</b>	De opgaver med fokus på juridisk og etisk relaterede problemstillinger, som den studerende skal løse i løbet af kurset, indgår som obligatorisk del af portfolioen.

## **Modul 4: Masterprojekt** **15 ECTS**

Modulet sammenfatter den viden og de forståelser som er blevet givet i de øvrige af uddannelsens fagelementer og giver den studerende mulighed for at fordybe sig inden for et eller flere af uddannelsens emner. Der kan vælges mellem et praksisorienteret og et teoretisk analytisk masterprojekt.

### **Masterprojekt** ***Master's Project*** **15 ECTS**

<b>Kompetencemål for modulet</b>	<p>Modulet giver den studerende:</p> <p>Viden om og forståelse af</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• hvordan man tilrettelægger og realiserer en tværmedial kommunikationsproduktion ud fra en konkret kommunikationsopgave og rettet mod specifikke målgrupper (ved et praksisorienteret masterprojekt)</li></ul> <p>eller</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• hvordan man udarbejder en længere teoretisk og/eller analytisk redegørelse og diskussion af en afgrænset problemstilling, som ligger inden for tværmedial kommunikation som særligt fagfelt (ved et teoretisk-analytisk masterprojekt).</li></ul> <p>Færdigheder i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at integrere uddannelsens faglige dimensioner i en større afsluttende både praktisk formidlingsproduktion og medfølgende teoretisk og analytisk skriftlig opgave med udgangspunkt i de teoretiske og analytiske kompetencer, som er blevet erhvervet gennem uddannelsens øvrige moduler og på et for uddannelsen svarende videnskabeligt niveau (ved et praksisorienteret masterprojekt)</li></ul> <p>eller</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at fordybe sig i en eller flere af masteruddannelsens faglige dimensioner i et større teoretiske og/eller analytisk projekt (ved et teoretisk-analytisk masterprojekt).</li></ul>
----------------------------------	---

	<p>Kompetencer i</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at anvende og kombinere masteruddannelsens faglige dimensioner og dertilhørende teoridannelser, metoder og praksis i en afgrænset praktisk kommunikationsproduktion (ved et praksisorienteret masterprojekt)</li></ul> <p>eller</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at argumentere og reflektere på videnskabeligt niveau over en afgrænset teoretisk og/eller analytisk problemstilling, som knytter an til et eller flere af uddannelsens fagområder (ved et teoretisk-analytisk masterprojekt)</li></ul> <p>samt (ved begge typer masterprojekt)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• at redegøre for og anvende den valgte faglitteratur, teori og metode i forhold til projektets problemstilling</li><li>• at begrunde og diskutere den valgte tilgang i forhold til projektets problemstilling, således at sammenhængen mellem problemstillingen og den valgte metode i hele fremstillingen er tydelig</li><li>• at formidle og reflektere teoretisk og analytisk over denne kommunikationsopgave skriftligt</li><li>• at udtrykke sig klart og anvende relevante faglige begreber i overensstemmelse med videnskabelige krav og normer</li><li>• at perspektivere projektarbejdets resultater i en bredere sammenhæng.</li><li>• samarbejde på tværs af fagligheder om løsning af de for masterprojektet valgte problemstillinger.</li><li>• arbejde selvstændigt med teorier og metoder inden for det for masterprojektet udvalgte emne og på den måde tage ansvar for egen faglig udvikling og læring.</li></ul>
--	--

### **Praksisorienteret masterprojekt**

#### ***Practice Oriented Master's Project***

**15 ECTS**

**Aktivitetskode: HMMM03151E**

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• selvstændigt og kritisk tilrettelægge og gennemføre en tværmedial kommunikationsproduktion ud fra en konkret kommunikationsopgave og rettet mod specifikke målgrupper, fx et tværmedialt kommunikationsprojekt, som den studerendes organisation/virksomhed reelt har brug for at få løst eller et pilotstudie til et sådant</li><li>• selvstændig og kritisk udarbejde en rapport i form af en skriftlig opgave med fokus på en kommunikationsteoretisk analyse og kritisk evaluering af den konkrete kommunikationsopgave – herunder analyse af målgrupper og begrundelse for målgruppevalg, valg af medier, formmæssige valg og strategier, organisationsforhold, juridiske og etiske faktorer mv.</li><li>• selvstændig og kritisk inddrage, vurdere og anvende relevante teorier og metoder i tilrettelæggelse og gennemførelse af produktion såvel som udarbejdelse af rapport.</li><li>• selvstændig og kritisk vurdere egen læreproces som del af den udarbejdede rapport og med inddragelse af den studerendes portfolio</li><li>• sammenfatte masterprojektets indhold og resultater i et dækkende og præcist resumé.</li></ul>
--------------------	---

<p><b>Undervisnings- og arbejdsformer</b></p>	<p>Fagelementet har form som projektarbejde, hvor den studerende får tildelt en vejleder, som har ansvar for at vejlede den studerende gennem projektforsøbet. Der afholdes fire endagsseminarer, hvor det er mulighed for i plenum at diskutere problemstillinger vedr. projektarbejdet. Som del af projektforsøbet udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.</p>
<p><b>Prøvebestemmelser</b></p>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave i form af en rapport, egenproduktion og synopsis samt fri mundtlig prøve (forsvar af hjemmeopgave). Egenproduktionen har form af en tværmedial kommunikationsproduktion. Masterprojektets emne aftales mellem eksaminanden og vejlederen. Den mundtlige eksamination tager udgangspunkt i rapporten og den tværmedial kommunikationsproduktion samt de valgte teorier og metoder. Der udformes en synopsis, der i stikordsform angiver indholdet i den mundtlige fremlæggelse. Synopsis afleveres samtidigt med rapport og tværmediale kommunikationsproduktion og må ikke have karakter af et manuskript.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Hjemmeopgave: Dansk. Resumé: Engelsk.</p> <p><b>Omfang:</b> Den tværmediale kommunikationsproduktions art og omfang aftales med vejlederen. Rapporten skal have et omfang af 18-20 normalsider. Synopsis må maks. omfatte 2 normalsider. Den mundtlige prøve varer maks. 60 minutter, der omfatter sagsfremstilling på maks. 20 minutter efterfulgt af en dialog på maks. 25 minutter og 15 minutter til votering og feedback.</p> <p><b>Hjælpe midler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan aflægges individuelt eller som gruppeprøve (maks. 3 deltagere) med individuel bedømmelse. Den mundtlige del af prøven er altid individuel. Mindst halvdelen af den skriftlige rapport skal gøres til genstand for individuel bedømmelse, og hver enkelt deltagers bidrag skal være en afrundet helhed, der er identificeret og kan bedømmes for sig. Den skriftlige rapport omfang er ved 2 deltagere 28-30 normalsider og ved 3 deltagere 38-40 normalsider.</p>
<p><b>Særlige bestemmelser</b></p>	<p><b>Vægtning i bedømmelsen:</b> Den tværmediale kommunikationsproduktion, den skriftlige rapport og den mundtlige eksamination vægter henholdsvis 25, 25 og 50 % i bedømmelsen; synopsis indgår ikke.</p> <p><b>Resumé:</b> Resumeet skal rumme en populærvidenskabelig fremstilling af masterprojektet. Studerende, der ønsker at affatte resumeet på et andet fremmedsprog end engelsk, må søge Studienævnet om tilladelse. Resumeet indgår i prøvens samlede bedømmelse.</p> <p><b>Tildeling af vejleder:</b> Vejlederen skal være en af masterprojektmodulets to vejledere.</p>

**Teoretisk-analytisk masterprojekt**  
*Theoretical-Analytic Master's Project*  
**15 ECTS**  
**Aktivitetskode: HMMM03161E**

<b>Faglige mål</b>	<p>Eksaminanden kan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• selvstændigt og kritisk udarbejde en længere teoretisk og/eller analytisk redegørelse og diskussion af en afgrænset problemstilling, som ligger inden for tværmedial kommunikation som særligt fagfelt, f.eks. en teoretisk diskussion af den studerendes egen eller en anden organisation i netværkssamfundet; en analyse af strategiske tværmediale kommunikationsstrategier i en organisationssammenhæng eller en analyse af en tværmedial kommunikationskampagne med udgangspunkt i målgruppeteori eller teorier om mediernes udtryksformer.</li><li>• selvstændig og kritisk inddrage, vurdere og anvende relevante teorier og metoder i udarbejdelse af den skriftlige opgave.</li><li>• selvstændig og kritisk vurdere egen læreproces som del af den skriftlige opgave og med inddragelse af den studerendes portfolio</li><li>• sammenfatte masterprojektets indhold og resultater i et dækkende og præcist resumé.</li></ul>
<b>Undervisnings- og arbejdsformer</b>	<p>Fagelementet har form som projektarbejde, hvor den studerende får tildelt en vejleder som har ansvar for at vejlede den studerende gennem projektførelsen. Der afholdes fire endagsseminarer, hvor det er mulighed for i plenum at diskutere problemstillinger vedr. projektarbejdet. Som del af projektførelsen udarbejder den studerende en portfolio, hvor der selvstændigt og kritisk reflekteres over egen læring med henblik på at give den studerende mulighed for at tage ansvar for den personlige læreproces samt sætte den studerende i stand til at bedømme egen præstation.</p>
<b>Prøvebestemmelser</b>	<p><b>Prøveform:</b> Fri hjemmeopgave med synopsis og fri mundtlig prøve (forsvar af hjemmeopgave). Masterprojektets emne aftales mellem eksaminanden og vejlederen. Den mundtlige eksamination tager udgangspunkt i den skriftlige opgave og de udvalgte teorier og metoder. Der udformes en synopsis, der i stikordsform angiver indholdet i den mundtlige fremlæggelse. Synopsis afleveres samtidigt med hjemmeopgaven.</p> <p><b>Bedømmelse:</b> Ekstern prøve bedømt efter 7-trins-skalaen.</p> <p><b>Eksaminationssprog:</b> Hjemmeopgave: Dansk. Resumé: Engelsk.</p> <p><b>Omfang:</b> Den skriftlige opgave skal have et omfang af 20-25 normalsider. Synopsis må maks. omfatte 2 normalsider. Den mundtlige prøve varer maks. 60 minutter, hvoraf sagsfremstilling på maks. 20 minutter efterfulgt af en dialog på maks. 25 minutter, samt 15 minutter til votering og feedback.</p> <p><b>Hjælpemidler:</b> Alle hjælpemidler er tilladt.</p> <p><b>Gruppeprøve:</b> Prøven kan aflægges individuelt eller som gruppeprøve (maks. 3 deltagere) med individuel bedømmelse. Den mundtlige del af prøven er altid individuel. Mindst halvdelen af den skriftlige rapport skal gøres til genstand for individuel bedømmelse, og hver enkelt deltagers bidrag skal være en afrundet helhed, der er identificeret og kan bedømmes for sig. Den skriftlige opgaves omfang er ved 2 deltagere 30-35 normalsider og ved 3 deltagere 40-45 normalsider.</p>

<b>Særlige bestemmelser</b>	<b>Vægtning i bedømmelsen:</b> Hjemmeopgaven og den mundtlige prøve vægter hver 50 % i bedømmelsen; synopsis indgår ikke. <b>Resumé:</b> Resumeet skal rumme en populærvidenskabelig fremstilling af masterprojektet. Studerende, der ønsker at affatte resumeet på et andet fremmedsprog end engelsk, må søge Studienævnet om tilladelse. Resumeet indgår i prøvens samlede bedømmelse. <b>Tildeling af vejleder:</b> Vejlederen skal være en af masterprojektmodulets to vejledere.
-----------------------------	---

## Kapitel 5. Generelle prøveregler og bedømmelseskriterier

### § 13. Generelle prøveregler

Reglerne i bekendtgørelse om eksamen og censur ved universitetsuddannelser finder anvendelse ved prøverne på masteruddannelsesniveau.

*Stk. 2.* Regler om prøver, herunder om tilmelding og afmelding, fremgår af studieinformation på KUnet.

*Stk. 3.* Prøverne skal aflægges på samme sprog, som undervisningen er foregået på, medmindre andet er fastsat af Studienævnet.

*Stk. 4.* Der afholdes syge- og omprøve i overensstemmelse med eksamensbekendtgørelsens regler.

*Stk. 5.* Studienævnet fastsætter nærmere regler for syge- og omprøve og kan beslutte, at syge- eller omprøven afholdes som en anden prøveform end den ordinære prøve (dog ikke for masterprojektet).

*Stk. 6.* Studienævnet kan fastsætte nærmere regler om særlige prøvevilkår til studerende, der kan dokumentere behov herfor, fx på grund af fysisk eller psykisk funktionsnedsættelse.

### § 14. Bedømmelseskriterier

Ved bedømmelsen gives karakterer efter 7-trins-skalaen eller Bestået/Ikke bestået. De faglige mål for de enkelte fagelementer beskriver karakteren 12 (tolv).

*Stk. 2.* En prøve er bestået, når karakteren 02 (to) eller bedømmelsen "Bestået" er opnået.

*Stk. 3.* Alle prøver inden for den samlede masteruddannelses ramme af 60 ECTS skal bestås, for at mastergraden opnås.

## Kapitel 6. Studieaktivitet og afslutning af uddannelsen

### § 15. Studieaktivitet

Der er ingen krav om løbende studieaktivitet.

### § 16. Afslutning af uddannelsen

Den studerende skal afslutte sin uddannelse senest 6 år efter studiestart.

## Kapitel 7. Merit og overgangsbestemmelser

### § 17. Merit

Studienævnet kan efter ansøgning godkende, at beståede fagelementer på et samlet omfang af 15 ECTS fra en anden uddannelse på samme niveau træder i stedet for uddannelseselementer i masteruddannelsen i Cross Media Communication. Dog skal fagelementer Masterprojekt aflægges på uddannelsen.

### § 18. Overgangsbestemmelser

Senest 31. august 2015 lukkes alle tidligere studieordninger for masteruddannelsen i Cross Media Communication, og der kan dermed ikke længere aflægges eksaminer efter disse studieordninger. *Stk. 2.* Prøver aflagt efter tidligere studieordninger for masteruddannelsen i Cross Media Communication ækvivalerer med 2012-studieordningen som anført nedenfor. Beståede prøver kan overføres til 2012-studieordningen, og den studerende afslutter uddannelsen i henhold til reglerne i denne. *Stk. 3.* Beståede prøver aflagt efter tidligere studieordninger i masteruddannelsen i Cross Media Communication overføres til 2012-studieordningen jf. nedenstående skema:

2005-studieordning	ECTS	2012-studieordning	ECTS
Mediesystemanalyse	7,5	Systemer, samfund og individ i tværmedial kommunikation	7,5
Målgruppeteori- og analyse	7,5	Målgrupper i tværmedial kommunikation: analyse, teori og metode	7,5
Fortælle- og formidlingsformer i tværmedial kommunikation	15	Strategisk tværmedial kommunikation i organisationer og projekter	15
Kommunikation og projektledelse i organisationer	7,5	Æstetiske, narrative og audiovisuelle virkemidler i tværmedial kommunikation	7,5
Formidlingens jura og etik	7,5	Den tværmediale kommunikations jura og etik	7,5
Masterprojekt	15	Masterprojekt	15

## Kapitel 8. Ikrafttræden, dispensation og godkendelse

### § 19. Ikrafttræden

2013-studieordningen for masteruddannelsen i Cross Media Communication træder i kraft den 1. september 2013 og gælder for studerende, der er optaget den 1. september 2013 eller senere.

### § 20. Dispensation

Studienævnet kan dispensere fra de regler i studieordningen, som er fastsat af Studienævnet, når der foreligger usædvanlige forhold.

## **§ 21. Godkendelse**

Studieordningen er godkendt af Studienævnet for Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, København den 18. januar 2012.

Studieordningen er godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 22. november 2012.

Studieordningen er revideret og godkendt af Studienævnet for Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, København den 27. august 2015.

Studieordningen er revideret og godkendt af dekanen for Det Humanistiske Fakultet den 10. juni 2016.

Studieordningen er justeret af Det Humanistiske Fakultet den 5. marts 2018.