

## Businessmodellen voor Digitale Media (K001308)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

**Cursusomvang** *(nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)*

**Studiepunten** 7.0      **Studietijd** 210 u      **Contacturen** 45.0 u

**Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021**

A (semester 1)	Nederlands	Gent	begeleide zelfstudie	15.0 u
			hoorcollege	30.0 u

**Lesgevers in academiejaar 2020-2021**

Evens, Tom	PS01	Verantwoordelijk lesgever
------------	------	---------------------------

**Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021**

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de maatschappijwetenschappen (afstudeerrichting communicatiewetenschappen)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting communicatiemanagement)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting film- en televisiestudies)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting journalistiek)	7	A
Master of Science in de communicatiewetenschappen (afstudeerrichting nieuwe media en maatschappij)	7	A

**Onderwijstalen**

Nederlands

**Trefwoorden**

Communicatietechnologie, waardenketen, businessmodel, innovatie, media- en technologie-industrie

**Situering**

Dit opleidingsonderdeel bouwt verder op 'Media-economie en Mediastructuren' (K001175), 'Media, Technologie en Innovatie' (K001176) en 'Innovatie-onderzoek' (K001191) en wordt gedoceerd binnen de Master in de Communicatiewetenschappen (afstudeerrichting 'Nieuwe Media en Maatschappij' en 'Journalistiek'). Het biedt een beter begrip van een technologiewereld in volle verandering die het businessmodel van media- en technologiebedrijven uitdaagt. Gebaseerd op grondige analyse wordt een methodiek voorgesteld om de strategie van media- en communicatiebedrijven en een aangepast en bij voorkeur vernieuwend businessmodel te formuleren.

**Inhoud**

Dit opleidingsonderdeel biedt een beter begrip van een technologiewereld in volle verandering die het businessmodel van media- en technologiebedrijven uitdaagt. Het bestudeert de processen van digitale transformatie en businessmodelinnovatie in het bijzonder. In een eerste reeks lessen wordt aan de hand van actuele voorbeelden uit de media- en technologiesector ingegaan op het bepalen van strategie en het creëren van een superieure competitieve positie van het bedrijf. Een tweede reeks lessen bestudeert de verschillende componenten van het businessmodel en presenteert een heuristiek om het businessmodel van een bedrijf te vernieuwen. Specifieke aandacht wordt gegeven aan het disruptieve karakter van platformen. Een derde reeks lessen richt zich tot specifieke sectoren van de media- en technologie-industrieën (zoals televisie, kranten en telecom) en bespreekt de evolutie tot verandering en innovatie. Hierbij wordt eventueel gebruik gemaakt van gastprekers uit de desbetreffende sectoren.

## **Begincompetenties**

Analytisch vermogen, een ondernemende attitude

## **Eindcompetenties**

- 1 Kennis hebben van snel wijzigende technologische evoluties en hun impact op de economische machtsverhoudingen in de media- en technologiesector
- 2 Kennis hebben van de belangrijkste theoretische concepten en kaders inzake strategie en businessmodellen
- 3 Inzicht verwerven in de rol van strategie en het belang van een superieure competitieve positie in de media- en technologiesector
- 4 Inzicht verwerven in de complexe interactie tussen de verschillende elementen van het businessmodel van media- en technologiebedrijven
- 5 Toepassen van de theoretische concepten en kaders inzake strategie en businessmodellen op actuele communicatiewetenschappelijke vraagstukken
- 6 Kritisch analyseren en evalueren van de snel wijzigende technologische evoluties en hun impact op de economische machtsverhoudingen in de media- en technologiesector
- 7 Kritisch gebruiken van wetenschappelijk onderzoek inzake strategie en businessmodellen in de media- en technologiesector

## **Creditcontractvoorwaarde**

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk mits gunstige beoordeling van de competenties

## **Examencontractvoorwaarde**

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

## **Didactische werkvormen**

Begeleide zelfstudie, hoorcollege, online hoorcollege

## **Toelichtingen bij de didactische werkvormen**

Tijdens de hoorcolleges wordt de snel wijzigende technologische context en hun impact op de businessmodellen van media- en technologiebedrijven geduid en de theoretische concepten en raamwerken aangereikt. Aan de hand van actuele voorbeelden en cases worden studenten uitgenodigd mee te denken over de uitdagingen van media- en technologiebedrijven en een mogelijke heroriëntering op het vlak van strategie en businessmodellen.

Ter voorbereiding van de hoorcolleges verwerft de student kennis door het zelfstandig bestuderen van een selectie van wetenschappelijk en populariserende teksten die worden aangeboden via Ufora. Deze teksten worden meer gedetailleerd besproken in de hoorcolleges en stellen de student in staat om de dynamiek tussen strategie en businessmodellen in de media- en technologiesector beter te begrijpen.

*Omwille van COVID-19 kunnen gewijzigde werkvormen uitgerold worden indien dit noodzakelijk blijkt*

## **Leermateriaal**

Syllabus en reader (aangeboden via Ufora, €0)

Slides (aangeboden via Ufora)

## **Referenties**

Afuah, A. (2014). Business Model Innovation. Concepts, Analysis, and Cases. New York: Routledge.

Gershon, R. (2016). Digital Media and Innovation. Thousand Oaks: Sage.

## **Vakinhoudelijke studiebegeleiding**

### **Evaluatiemomenten**

periodegebonden evaluatie

### **Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode**

Schriftelijk examen met open vragen, openboekexamen

### **Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode**

Schriftelijk examen met open vragen, openboekexamen

### **Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie**

### **Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie**

Niet van toepassing

**Toelichtingen bij de evaluatievormen**

Het examen betreft een openboekexamen waarin aan de hand van een mix van gesloten en open vragen, generieke en naar de actualiteit verwijzende vragen gepeild wordt naar de kennis over en inzicht in de economische logica van media- en technologiebedrijven.

**Eindscoreberekening**

Periodegebonden (100 procent)

**Faciliteiten voor werkstudenten**

- mogelijkheid tot GIT traject
- mogelijkheid om alternatieve data voor examen en feedback aan te vragen