



Oktober 2002

AFFÄRSUTVECKLING OCH MEDIETEKNIK

Kompetensriktning för KTH-studenter

Affärsutveckling och medieteknik, AFM, skall svara mot näringslivets behov av ledare med integrerad kompetens inom ekonomi, teknik och kommunikation. Innovativa ledare behövs som kan tillvarata de affärsmöjligheter teknikutvecklingen skapar för nya såväl som för traditionella företag. Kompetensriktningen är ett unikt samarbete mellan Kungliga Tekniska Högskolan och Handelshögskolan i Stockholm och utvecklas i nära samarbete med näringslivet. Nyttänkande, entreprenörskap och samspel mellan ekonomi och teknik är centralt för utbildningen och öppnar för en bättre förståelse mellan ekonomer och teknologer.

Mål

AFM ger en unik kompetens inom medieteknik, marknadsföring och strategisk affärsutveckling. Utbildningen, som avslutar den traditionella civilekonom- och civilingenjörsutbildningen, är en specialisering som omfattar 40 obligatoriska högskolepoäng, exklusive examensarbete, och påbörjas i slutet av augusti varje år. AFM bygger på fyra huvudområden:

- *Management* – vilken typ av ledarskap och administration kräver och möjliggör dagens och framtidens medieindustri.
- *Marknadsföring* – vad karakteriserar och hur fungerar de marknader där nya medier introduceras och hur påverkas marknaderna av dessa.
- *Kommunikation* – hur fungerar individen i kontakt med medier, hur görs medier, effektiva, vad söker mottagaren.
- *Teknik* – hur fungerar medierna tekniskt, hur görs medieproduktioner, vilka möjligheter erbjuder dagens och framtidens teknik.

Arbetsmarknad

Efter avslutad utbildning kommer KTH-studenterna att utexamineras som civilingenjörer och HHS-studenterna som civilekonomer, med en näringslivsanpassad utbildning i att analysera, planera, utforma och administrera organisationer, system, produkter och tjänster för medie- och kommunikations-

industrin. Vidare ger AFM KTH-studenter en ekonomisk och kommunikativ kompetens som är värdefull och eftersökt även inom mer traditionella företag.

Kurser

Samtliga kurser är gemensamma och obligatoriska.

2D1521 Kommunikation och information, 5p

2D1550 Market systems, 5p

2D1551 Consumer markets, 5p

2D1552 Mediemanagement, 10p

2D1553 Medieproduktion, 10p

2D1555 IT och organisationer, 5p

Platsbegränsning

AFM har 28 platser varav 14 är för KTH-studenter. Av dessa är 6 reserverade för studenter från MMT.

Institution

Nada.

Ansökan

Speciella regler gäller. Se <http://www.nada.kth.se/utbildning/grukth/kompinriktning/afm/index.html>

Ansvarig

Daniel Pargman, pargman@nada.kth.se