

Uddannelsesplan for journalistpraktikant i Egmont Koncernkommunikation

Praktikperioden er 6 måneder - med mulighed for at forlænge til 12 måneder.

Hovedudfordringen for journalistpraktikanten i Egmont Koncernkommunikation er at arbejde med interne nyheder for journalister og mange andre faggrupper i Danmarks største mediekoncern.

Egmont er en af Skandinaviens førende mediekoncerner. Vi står bag ugeblade, magasiner, tegneserier, bøger, film, tv-programmer, drift af biografer og tv-stationer samt interaktive spil, spillekonsoller og musik. Egmont udgiver medier i mere end 30 lande og har 6.400 medarbejdere. Egmonts hovedmarked er de nordiske lande, men vi har også selskaber i Europa og Asien. Medierne spænder fx fra Nordisk Film til ALT for damerne, Lindhardt og Ringhof samt Anders And & Co.

Bredden af medier, genrer og målgrupper betyder, at også de medarbejdere, miljøer og udfordringer, som Egmont Koncernkommunikation arbejder med, er meget forskellige.

Praktikanten med i strategiske overvejelser

Egmont Koncernkommunikations opgave er at sikre intern kommunikation og overordnet ekstern kommunikation for koncernen. Artikler og tekster skrives ofte også på engelsk. Afdelingens ansvarsområder og forskellige trykte og elektroniske medier betyder, at praktikanten i Egmont gør sig erfaringer med mange af kommunikationsfagets facetter. Vigtigst er den skrivende og videoproducerende side af faget, men praktikanten får også mulighed for at deltage i taktiske eller strategiske overvejelser forud for interne initiativer.

Afdelingen er både geografisk og organisatorisk centralt placeret på hovedkontoret i Vognmagergade mellem Rundetårn og Kongens Have. Vi er 10 medarbejdere plus praktikanter og studentermedhjælpere, som alle har alsidige kompetencer og erfaringer inden for kommunikation. Egmont Huset rummer bl.a. også en række forlags- og magasinredaktioner samt stabsfunktioner som fx jura, HR og IT. Dertil kommer administrationen af Egmonts donationer til velgørende formål, sammenlagt 1,8 mia. kr. siden

1920. Egmonts øvrige danske selskaber ligger næsten alle i hovedstadsområdet, få minutter fra afdelingen. Herudover har vi større kontorer i Oslo, Bergen, Stockholm, Malmø, Helsinki, Berlin, London, Warszawa, Moskva og Beijing samt mindre kontorer i New York, Melbourne og Østeuropa.

Mål for praktikken

Egmont Koncernkommunikation har haft journalistpraktikanter siden februar 2005 og tidligere – gennem mere end ti år - praktikanter fra andre uddannelser.

Målet er at udvikle praktikantens værktøjer og erfaringer både som formidlende journalist og som samarbejdende kollega. I den løbende prioritering sammen med praktikanten tager vi udgangspunkt i de journalistiske kernekompetencer, som praktikudvalget har formuleret. Vi lægger vægt på at lære praktikanten:

- at arbejde professionelt, hurtigt og selvstændigt
- at fortælle og formidle historier, der fænger i Egmonts forskellige målgrupper
- at tænke i flere medier og målgrupper, når et budskab skal ud i koncernen eller omverden
- at samarbejde med kolleger i forhold til ideudvikling og efterkritik

Evaluering og efterkritik

Praktikanten indgår på lige fod med kollegerne i det daglige morgenmøde og i afdelingens forskellige redaktionsmøder og seminarer.

Praktikanten har fast tilknytning til den ansvarlige for den interne kommunikation, Niels Almer, der er praktikantvejleder. Niels fungerer som daglig sparringspartner, overholdelse af uddannelsesaftalen og løbende journalistisk coaching. Alle andre kolleger i afdelingen står også til rådighed med coaching og sparring.

Hver uge gennemgår praktikanten sammen med vejlederen en ugeplan, hvor de foregående dage evalueres, og hvor kommende mål og aktiviteter prioriteres. På ugemødet har praktikanten desuden mulighed for mere detaljeret efterkritik.

Praktikantens arbejdsopgaver

Praktikanten kommer især til at arbejde med intern kommunikation, men meget af dette bruges også eksternt.

Blandt praktikantens opgaver er:

- Produktion – fx skrive-, research- og redigeringsopgaver til interne medier og websites samt deltagelse i videoproduktioner.
- Projektdeltagelse og bidrag til strategier, planer og interne strategiske diskussioner.
- Egne ansvarsområder – praktikanten er i hele praktikken medansvarlig for en række faste stofområder i medarbejdermagasinet og på intranettet. Vi arbejder meget målrettet på at bruge web-tv sammen med artikler på intranettet. Praktikanten kommer til at lære at bruge levende billeder som supplement til det skrevne ord i de interne nyheder.
- Sidst i praktikken prøver praktikanten at overtage det fulde ansvar for forskellige udgivelser og projekter.

Afdelingens opgaver og medier

- **Medieomtale:** Vi arbejder med at styrke Egmonts synlighed og profil i eksterne medier med henblik på at styrke Egmonts omdømme. Værktøjerne er bl.a. pressemeddelelser, medieovervågning, beredskaber, budskabsproduktion og krisestyring. Dertil kommer rådgivning af kolleger, der er eller skal i dialog med medierne.
- **Medietræning:** Med afsæt i detaljeret research afvikler afdelingen forskellige former for medietræning, hvor talsmænd i realistiske cases tester budskaber målrettet forskellige medier.
- **Medieovervågning:** Afdelingen formidler hver dag essensen af, hvordan Egmont og mediemarkedet i øvrigt omtales i de væsentligste medier i Norden.
- **Intranet:** Egmonts koncernintranet er specielt, fordi forside og nyheder automatisk tilpasses medarbejdernes arbejdsplads. Det betyder, at historier ofte skal vinkles og distribueres på flere niveauer.
- **Egmonts medarbejdermagasin, eCopy,** udkommer kvartalsvis som online magasin og årligt som trykt magasin i marts måned.
- **www.egmont.dk:** Målgrupperne for vores koncernwebsite er dels forbrugere, dels samarbejdspartnere, pressen og jobsøgende.
- **Branding:** Afdelingen er daglig krumtap i arbejdet med Egmonts værdier og visuelle identitet. Arbejdet omfatter både nogle meget konkrete udfordringer – fx med design af logoer og brevpapir – og strategiske beslutninger for hvordan den visuelle identitet skaber sammenhæng mellem alle koncernens selskaber.

- Events og messer: Kommunikation er også, når store grupper medarbejdere eller samarbejdspartnere mødes. Koncernkommunikation er involveret i design og praktisk koordinering af flere internationale messer fx den årlige bogmesse i Frankfurt. Afdelingen koordinerer desuden større events for medarbejdere – fx filmforestillinger og familiearrangementer.
- Rådgivning: Egmont er i forandring på mange områder, hvorfor koncernens nøglepersoner ofte skal kommunikere ændringer til medarbejdere eller omverden. Vi bidrager med ideer, strategier eller konkrete tekster i mange forskellige situationer.

Opgaver og forløb i praktikken

Vi har opdelt praktikken i en række faser, hvor praktikanten udover de løbende opgaver med tiden også kommer til at deltage i udvikling af projekter samtidig med, at vedkommende arbejder sig ind på et afsluttende projekt. Som minimum skal praktikanten udarbejde én større kommunikationsplan i praktiktiden. Når praktikanten begynder gennemgår uddannelsesplanen med vejlederen og kommunikationsdirektøren, så der kan tages hensyn til individuelle ønsker.

Fase 1: Introduktion – første to uger

Rundtur i huset og morgenmøde med afdelingen. Møder med nøglepersoner. Gennemgang af film, årsrapporter og andre overordnede materialer om Egmont. Besøg i udvalgte selskaber – bl.a. Nordisk Film. Opgaver helt fra start – bl.a. nyheder til intranettet - så praktikanten kommer hurtigt i gang.

Fase 2: Journalistisk tekstproduktion og opbygning af kendskab til virksomheden

Fokus på tekster til blad, intranet og internet samt forberedelse af pressemeddelelser. I denne periode opdyrker du rutine i at finde, udvikle og skrive nyhedshistorier, noter, interviews og reportager til intranet og medarbejderblad samt forberede ekstern offentliggørelse af mindre nyheder via pressemeddelelse. I denne periode skal du også begynde opbygning af et internt kildenetværk. Du opbygger forståelse for principperne i intern og ekstern kommunikation. Du er med på alle redaktionsmøder, hvor du naturligvis på lige fod med den øvrige redaktion spiller ind med ideer til artikler og prioritering nyhedsstrømmen. Du vil også få til opgave at give feedback på dine kollegers artikler. Du får hele tiden støtte og feedback fra uddannede kolleger i afdelingen.

Fase 3: Afvikle ”eget” projekt og bygge nye kompetencer

I denne periode skal du afvikle et ”eget” projekt. Hvilket projekt afhænger af, hvad der matcher dine ønsker og afdelingens behov. Projektet kan fx være udvikling og realisering af en presse- eller kommunikationsstrategi, en artikelserie, eller et særligt site på intranettet eller

www.egmont.com.

I denne periode er du desuden så godt kørende med at have fået overblik over virksomheden og den løbende interne nyhedsstrøm, at du for alvor er klar til at få flere udfordringer og lære nye værktøjer at kende i kommunikationsfagets værktøjskasse. Du får derfor stadig flere opgaver, der vedrører forberedelse af eksterne presseindsatser og bidrag til håndtering af negative pressehistorier. Du vil blive bedt om både at spotte de vanskelige spørgsmål i en mediesag, foreslå det gode svar og medvirke til, at vi giver den rette rådgivning til vores interne ’kunder’.

Yderligere oplysninger

Kontakt kommunikationsmedarbejder Niels Almer,
almer@egmont.com eller telefon 40 13 39 63 / 33 30 51 39. Marts 2012