

## Uddannelsesplan for praktikant hos Datagraf Communications 2017-18

Som praktikant hos Datagraf Communications vil du lære alle aspekter af magasinproduktion, og du vil få træning i at skrive til nyhedsbreve. Du får mulighed for at arbejde med en række journalistiske genrer i tæt samarbejde med redaktørerne i huset. Vi arbejder med løbende sparring og feedback i både idéfasen, researchfasen og skrivefasen.

### Huset

Datagraf Communications er en del af Aller-koncernen og hører til på Havneholmen i København.

Datagraf Communications er et design- og kommunikationshus med mange års erfaring inden for produktion og udvikling af magasiner og andre former for redaktionel kommunikation. De cirka 65 medarbejdere er en god blanding af journalister, grafiske designere, webudviklere og konsulenter. Læs mere om os og vores udgivelser på [datagraf.dk](http://datagraf.dk).

### Medierne

Du får mulighed for at skrive til en mangfoldig blanding af medier, som produceres af Datagraf Communications. Listen her viser de primære produktioner, vi redaktører sidder med i juli 2017, men det kan sagtens ændre sig.

**Kantinen** – et medlemsblad fra foreningen Kantine & Køkken, som er et inspirationsforum for kantinedere og andre, som arbejder i storkøkkener. Det er ikke en fagforening. Kantinen udkommer seks gange om året og du får ansvaret for at lave det store portræt (baseret på en synopsis fra en freelancer, som overvåger tendenser på området).

**Visitor** – et branchemagasin fra HORESTA (Hotel- og Restaurationsbranchen), som kommer ud til både medlemmerne af HORESTA (dvs. ejerne) og til øvrige virksomheder i branchen. Visitor beskæftiger sig med et bredt udsnit af emner og tendenser inden for branchen, men udgangspunktet er altid forretningen. Magasinet udkommer ni gange om året, og du bliver en fast del af redaktionen, der ud over Kristine W. som redaktør, består af kommunikationschefen og en kommunikationsmedarbejder fra HORESTA. På Visitor kommer du til at skrive alt fra det faste tema, til små og store portrætter og features.

**Share** – udgives af Nordea Private Banking Global på seks sprog til kunder i fire nordiske lande og Luxembourg. Shares hovedsektion er 48 sider om ideer med potentiale til at ændre verden. Magasinet udkommer tre gange om året, og du vil få flere faste ansvarsområder.

**Djøfs jobavis** – udgives 4-6 gange om året alternerende med Djøfbladet. Avisen er rettet mod de yngre 'blå' mænd og handler om job og karriere. Du laver flere af de faste rubrikker.

**Region Midts nyhedsbrev** – Din Guide til Sundhed er et månedligt nyhedsbrev til Region Midts borgere. Formålet med nyhedsbrevet er at klæde borgerne på til at håndtere situationer, hvor de ellers ville ringe til lægevagten. Hvert enkelt nyhedsbrev er bygget op om et tema, som Region Midts redaktør finder, ligesom han finder kilderne. Det er så os, der laver de tre historier, som temaet består af, og det kan tænkes, at du på et tidspunkt bliver involveret i den proces.

**Nordea Premium Nyt** – vi producerer også et månedligt nyhedsbrev til det kundesegment hos Nordea, som hedder 'Premium'. Her skriver vi artikler om boligmarkedet, lånemuligheder, investeringer mm, hvor de primære kilder er eksperter fra banken. Vi producerer også videoer og grafikker til kunden. Der kan blive mulighed for, at du leverer til dette medie også.

**Digitale medier** – Datagraf udvikler og producerer i stigende grad de digitale medier, som knytter sig til magasinerne. Og vores digitale afdeling designer og implementerer også hele websites for kunder (både organisationer, foreninger og virksomheder). Så hverdagen som journalistpraktikant hos os indebærer også idéudvikling på tværs af platforme. Hvordan vandrer historierne? Hvordan fortæller og vinkler man bedst til de enkelte medier? Dette vil du også komme til at arbejde med i større eller mindre omfang i løbet af din praktikperiode.

**Kommunikationsrådgivning** – Redaktionsgruppen arbejder tæt sammen med 'strategi og analyse', som sidder i Aarhus. Når vi udvikler medier, ser vi nemlig altid på fundamentet først: Hvad er forretningsmålene og kommunikationsstrategien bag? Du vil kunne komme til at deltage i analyser og undersøgelser, som Datagraf

gennemfører for kunderne, f.eks. fokusgrupper og udvikling af spørgeguides til læserundersøgelser. Alt afhængig af dine øvrige projekter og faglige ønsker.

## Disciplinerne

Idefasen. Alle kundesamarbejder er forskellige i Datagraf Communications. Du vil derfor undervejs i dit praktikforløb prøve forskellige former for ideudvikling i tæt samarbejde med husets forskellige redaktører. På Visitor er du med til redaktionsmøderne, mens du på Kantine skal løse et stykke bestillingsarbejde.

Researchfasen. Du vil både opleve at have længere tid til den grundige research på Share og skulle arbejde efter stramme synopser udarbejdet af andre.

Skrivefasen. I Datagraf Communications arbejder vi med mange forskellige typer af udtryk. På et medie som Share skal historierne formidles med sans for den originale detalje, mens Visitors tekster kræver, at man skærer ind til benet. Vi lærer dig kunsten at formulere dig præcist og levende, uanset målgruppe og koncept. Og vi har et skarpt øje til grammatikken. Vores kunder skal kunne regne med, at det, vi laver, er gennemtjekket.

Godkendelsesfasen. I sagens natur kræver det at arbejde for kunder ind imellem nogle ekstra niveauer af godkendelser, og det vil du efter al sandsynlighed også stifte bekendtskab.

Designfasen. I Datagraf Communications arbejder redaktørerne tæt sammen med designere, og du vil derfor få et indblik i, hvad der sker, når det stof, du har produceret, bliver formgivet.

## Vejledningen

Praktikantvejleder er redaktør Julie Gravesen. Hun hjælper dig med at styre mængden af opgaver, hvis du har brug for det – og står løbende til rådighed, hvis du har konkrete spørgsmål eller rumler med overvejelser, du har brug for at vende i øvrigt.

Den faglige sparring får du løbende af de redaktører, som har ansvar for de produktioner, du er tilknyttet.

Ca. hver anden måned afholder vi praktikantsamtaler, hvor vi evaluerer dine artikler og dine fremskridt, ligesom vi i fælleskab opstiller mål for, hvad du skal nå de kommende måneder. Julie indkalder dig til møderne.

Efter ca. et halvt år afholder vi en grundig midtvejsevaluering.

Kontakt: [julie.gravesen@datagraf.dk](mailto:julie.gravesen@datagraf.dk) og [karen.gahrn@datagraf.dk](mailto:karen.gahrn@datagraf.dk)