



INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

MK1402 Strategisk kommunikation i kommersiella, offentliga och politiska organisationer, 15 högskolepoäng

Strategic communication in commercial, public, and political organisations, 15 higher education credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation 2015-05-12 att gälla från och med 2015-08-01, höstterminen 2015.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Inplacering

Kursen kan ingå i följande program: 1) Medie- och kommunikationsvetarprogrammet - PR, opinionsbildning & omvärld (S1MKV)

Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

Fördjupning

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen fordras utöver grundläggande behörighet 60 högskolepoäng i Medie- och kommunikationsvetenskap, eller motsvarande kunskaper.

Mål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

förklara de organisatoriska och samhällsliga förutsättningarna för strategisk kommunikation i kommersiella företag, offentliga organisationer och politiska organisationer.

Färdigheter och förmåga

tillämpa teorier om kommunikation på individ-, organisations- och samhällsnivå för att analysera etablerade former av strategisk kommunikation.

formulera en teoretiskt förankrad ståndpunkt och presentera en sammanhållen argumentation för denna såväl muntligt som skriftligt.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

värdera hur tillämpliga olika kommunikationsformer och kommunikationskoncept är utifrån förutsättningarna för strategisk kommunikation i kommersiella företag, offentliga organisationer och politiska organisationer.

förhålla sig kritiskt och reflexivt till vedertagna föreställningar om hur organisationer bör använda strategisk kommunikation.

Innehåll

Kursens övergripande syfte är att utveckla en ökad förståelse för strategisk kommunikation, dvs kommunikation inriktad på att nå organisationers mål, och hur denna kommunikation villkoras av politiska, juridiska, sociala och ekonomiska förutsättningar. Med utgångspunkt i tre typer av organisationer (offentliga förvaltningar, företag samt politiska och ideella organisationer) diskuteras och analyseras motiven och principerna för genomförandet av kommunikationsaktiviteter. Utgångspunkten är vanligt förekommande former av strategisk kommunikation (t ex organisationskommunikation, kriskommunikation, opinionsbildning) och en uppsättning koncept (t ex integrerad kommunikation, dialog, transparens, varumärke).

Kursen lägger särskilt stor vikt vid att studenterna utvecklar ett kritiskt och reflexivt förhållningssätt till vedertagna och för-givet-tagna föreställningar om hur organisationer kan och bör använda sig av strategisk kommunikation.

Former för undervisning

Undervisningen omfattar föreläsningar, seminarier, gruppövningar.

Undervisningsspråk: svenska

Undervisning på engelska samt andra skandinaviska språk än svenska kan förekomma.

Former för bedömning

Kursen examineras med hjälp av muntliga presentationer, seminarier och skriftliga inlämningsuppgifter.

Om student som underkänts två gånger på samma examinerande moment önskar byte av examinator inför nästa examinationstillfälle, ska sådan begäran inlämnas skriftligt till kursansvarig institution och bifallas om det inte finns särskilda skäl däremot (HF 6 kap § 22).

I det fall en kurs har upphört eller genomgått större förändringar ska studenten i normalfallet garanteras tillgång till minst tre provtillfällen (inklusive ordinarie provtillfälle) under en tid av åtminstone ett år med utgångspunkt i kursens tidigare uppläggning.

Betyg

På kursen ges något av betygen Väl godkänd (VG), Godkänd (G) och Underkänd (U). För Godkänd på kursen krävs att studenten är godkänd på samtliga examinationer. För Väl Godkänd krävs dessutom att studenten har betyget Väl Godkänd på minst två tredjedelar av kursens poängkrav.

Kursvärdering

Kursen utvärderas i sin helhet vid kursslut. Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.

Övrigt

För mer detaljerad information om kursen, se aktuell studieanvisning.