



Kursplan

Fakultetsnämnden för humaniora och samhällsvetenskap
Institutionen för samhällsvetenskaper

1MK103 Strategisk kommunikation I, 7,5 högskolepoäng
Strategic Communication I, 7.5 credits

Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

Ämnesgrupp

Medie- och kommunikationsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-11-20

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

INGET VÄRDE ANGIVET

Förväntade studieresultat

Studenten skall efter fullgjord kurs självständigt kunna planera, analysera och utvärdera ett företags eller en organisations strategiska kommunikation. Studenten ska ha goda kunskaper kring samspelet mellan journalistikens granskande roll och organisationers behov av att kommunicera sina budskap. Studenten ska självständigt och kritiskt samla och tolka och kommunicera data i samband med kriskommunikation.

Innehåll

Grundläggande begrepp och teorier för organisationers eller företags strategiska kommunikation. Projektarbete med autentiska informationsproblem.

Undervisningsformer

Undervisning sker i integration mellan teori och praktik genom föreläsningar seminarier, laborationer och övningar.

För Media management-programmets räkning bör laborationer, när så är möjligt, genomföras i projektform riktat mot studenternas respektive fadderföretag.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda.

Examination sker genom aktivt deltagande i seminarier, tentamen, laborationer och

övningar. Examination kan förekomma såväl enskilt som i grupp.

Omexamination erbjuds inom sex veckor inom ramen för ordinarie terminstider. Antalet examinationstillfällen är begränsat till fem gånger.

Kursvärdering

Vid slutet av kursen genomförs en kursvärdering enligt Linnéuniversitetets riktlinjer. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport vilken arkiveras hos institutionens administratör samt tas upp i programrådet. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Dahlén, Micael & Lange, Fredrik. (2003) *Optimal marknadskommunikation*. Liber.
Larsson, Lars-Åke. (red) (2002) *PR på svenska – Teori, strategi och kritisk analys*. Studentlitteratur.
Larsson, Lars-Åke. (2008) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur.
Palm, Lars (2006) *Kommunikationsplanering – En handbok på vetenskaplig grund*. Studentlitteratur.

Eventuellt tillkommer kompendiematerial under kursens gång.

Referenslitteratur

Bark, Mats. (1997) *Intranet i organisationens kommunikation*. Uppsala: Konsultförlaget.
Carlsson, Ulla. (1995) *Mediemätningar, teori, tolkning, tillämpning*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
Erikson, Peter. (1998) *Planerad kommunikation. Om information som konkurrensmedel*. Malmö: Liber Ekonomi.
Gustafsson, Karl-Erik. & Weibull, Lennart. (1992) *Mått på medier*. Lund: Studentlitteratur.

Övriga läromedel

Backman, Jarl (1999) *Rapporter och uppsatser*. Studentlitteratur
Raam-Inghult, Eva (Senaste upplagan) *Svenska Skrivregler*.
SAOL eller likvärdig ordlista

Med reservation för ändringar i litteraturförteckningen