



Kursplan

Fakultetsnämnden för humaniora och samhällsvetenskap
Institutionen för samhällsvetenskaper

1MK209 Visuell kommunikation II, 7,5 högskolepoäng
Visual Communication II, 7.5 credits

Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

Ämnesgrupp

Medie- o kommunikationsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-22

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Minst 52 hp i medie- och kommunikationsvetenskap/design/medieproduktion

Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs ska studenten ha fördjupade kunskaper inom visuell kommunikation både teoretiskt och gestaltande med koppling till användare, mottagare och målgrupper. Studenten skall även ha en fördjupad kunskap om olika aspekter av visuell kommunikation och en grundläggande kunskap om visuell kultur.

Studenten ska ha utvecklat sin förmåga att på ett självständigt sätt kunna urskilja, visualisera, formulera, problematisera och ställa relevanta frågor för begreppet visuell kommunikation. Studenten förväntas använda och dra nytta av sina erfarenheter, kunna uttrycka och göra kritiska bedömningar av det egna arbetet, samt praktiskt tillämpa sina kunskaper inom visuell kommunikation.

Studenten förväntas ha fördjupad förståelse för sammanhang och tillämpning av visuell kommunikation utifrån olika användar-, mottagar- och målgrupps-perspektiv.

Studenten förväntas ha utvecklat sådan kunskap om ämnet visuell kommunikation som krävs för att kunna värdera den utifrån ett vetenskapligt och konstnärligt perspektiv på fördjupad nivå.

Kunskap och förståelse

Studenten ska kunna:

- visa på goda kunskaper i val av teorier, metoder och uttryck och hur dessa är kopplade till varandra
- redogöra för den kreativa och gestaltande processen på ett designmässigt sätt
- redogöra för olika teorier om kopplingen mellan budskap, tolkning och mottagare ur ett kommunikationsvetenskapligt perspektiv.

Färdighet och förmåga

Studenten ska kunna:

- självständigt utforma ett väl fungerande visuellt budskap med hjälp av grafisk design
- välja och använda olika teorier, metoder och uttryck i förhållande till mottagare
- arbeta idémässigt, skapa, avgränsa och utveckla ett projektarbete från idé till ett konkret förslag.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten ska kunna:

- kritiskt granska, reflektera, analysera olika typer av visuell kommunikation
- redogöra för sina reflektioner utifrån den terminologi som används inom de teorier, metoder och processer som ingår i kursen
- kritiskt granska och föra diskussioner om olika samhälliga värderingar så som könsroller och livsstilar.

Innehåll

Kursen består av två delkurser

Delkurs 1 Visuell kommunikation med inriktning mot produktformgivning 4,5 hp

Delkurs 2 Visuell kommunikation med inriktning mot visuella signaler i det offentliga rummet 3 hp

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, workshops, övningar, enskilda laborationer och seminarium. Det är obligatorisk närvaro på schemalagda moment.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda.

Examinationen sker genom presentation och redovisning i workbook.

Bedömningen utgår från workbookens fem dimensioner Produktion, Perception, Reflektion, Arbetssätt, Komplexitet). Varje dimension kan ge 1-7 p. Vid betygssättningen används betygen Väl godkänd (28-35 p), Godkänd (13-27 p), eller Underkänd (0-12 p).

Kursen bedöms också enligt den 7-gradiga ECTS-betygsskalan (European Credit Transfer System).

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

Kursvärdering

I 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

Barnard, Malcolm (2001) *Approaches to Understanding Visual Culture*. Palgrave. ISBN 0 333 77288 1

Bergström, Bo (Senaste upplagan) *Effektiv visuell kommunikation : om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur*. Carlsson.

Gripsrud, Jostein (2002) *Mediekultur mediesamhälle*. Bokförlaget Daidalos. Sid 89 – 128.

Jamieson, Harry (2007) *Visual Communication – More Than Meets the Eye*. Intellect Books. ISBN 9781841501413

Noble, Ian & Bestley, Russell (2007) *Visual Research*. Ava Publishing Sa. ISBN 97 829 4037 3208

Kompendiematerial (Tillhandahålls av institutionen)

Med reservation för ändringar i litteraturförteckningen.