



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap
Medie- och kommunikationsvetenskap

Kursplan

Strategisk kommunikation

Kurskod:	MKGB23
Kursens benämning:	Strategisk kommunikation <i>Strategic communication</i>
Högskolepoäng:	30
Utbildningsnivå:	Grundnivå
Successiv fördjupning:	Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (G1F)

Huvudområde:

MKA (Medie- och kommunikationsvetenskap)

Beslut om fastställande

Kursplanen är fastställd av Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap 2019-02-12 och gäller från höstterminen 2019 vid Karlstads universitet.

Behörighetskrav

Antagen till programmet Kommunikation och PR (SGKPR). Därutöver medie- och kommunikationsvetenskap 30 hp från kurserna MKGA02 Introduktion till Medie- och kommunikationsvetenskap 15 hp, MKGA03 Text, kommunikation och organisation 15 hp och MKGA23 Informationsarbete i teori och praktik 30 hp eller motsvarande.

Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

- reflektera kritiskt kring områdena strategisk kommunikation och kommunikationsplanering i relation till ett förändrat medielandskap och utifrån såväl ett organisations- som ett samhällsperspektiv,
- analysera och värdera kommunikationsinsatser och planeringsverktyg utifrån kommunikationsstrategiska perspektiv,

- genomföra teoretiskt grundade och metodologiskt lämpliga analyser i syfte att underlätta riktade kommunikationsinsatser, exempelvis publikanalys, omvärldsanalys, varumärkesanalys och utförandeanalys,
- dra slutsatser om varumärkens betydelse för strategisk kommunikation utifrån medievetenskapliga och marknadsföringsteoretiska perspektiv,
- redogöra för kritiska och samhällliga perspektiv på marknadsföring, varumärken och varumärkesarbete,
- förklara internkommunikationens mekanismer och olika kanaler,
- analysera och värdera centrala planeringsverktyg för internkommunikation,
- förklara mediernas roll i samhälllig opinionsbildning,
- analysera och planera olika former av opinionsbildande verksamhet,
- reflektera kritiskt kring kommunikationens roll vid olika typer av samhällliga och organisatoriska kriser och
- analysera och värdera organisationers kriskommunikationsinsatser i relation till nyhetsmediernas rapportering.

Innehåll

I kursen som består av fyra delkurser ges studenten möjlighet att tillägna sig kunskaper som är nödvändiga både för att kunna arbeta praktiskt som kommunikatör och för att kritiskt kunna reflektera kring olika aspekter av strategisk kommunikation och kommunikationsplanering. I kursen ges en inblick i kommunikationsprocessens olika faser och studenten ges möjlighet att med teoretiska och metodologiska verktyg träna sin förmåga att analysera, värdera, utföra och utvärdera kommunikationsarbete och kommunikationsinsatser. Reella och fiktiva fall av strategisk kommunikation och kommunikationsplanering utgör en viktig del av undervisningen och examinationerna på kursen. Genomgående sätts kursens teoretiska och praktiska innehåll i relation till det nya medielandskapet, med bland annat sociala medier som en ny arena för intern och extern organisationskommunikation.

Delkurs 1 - Marknadsföring och varumärken (7.5 hp)

I delkursen behandlas såväl marknadsföringsmässiga som medieteoretiska och kritiska perspektiv på varumärken. De marknadsföringsteoretiska perspektiven syftar till att öka studentens förståelse för de teorier, begrepp, modeller och arbetsformer som präglar marknadsföring och strategiskt varumärkesarbete. Här ingår exempelvis kunskaper om de analysmoment som ingår i sådant arbete, så som omvärldsanalyser och publikanalyser. Mot bakgrund av det medievetenskapliga perspektivet ges studenten möjlighet att kritiskt reflektera kring varumärkens betydelse för samhället och individer, med fokus på konsumtion, identitet och medieindustrins roll i skapandet och upprätthållandet av varumärken.

Delkurs 2 - Internkommunikation (7.5 hp)

I denna delkurs ges studenten möjlighet att tillgodogöra sig dels fördjupade kunskaper i organisationsteori och kommunikation på grupp- och individnivå, dels kunskaper om internkommunikationens mekanismer och kanaler inom olika typer av organisationer. Internt varumärkesarbete utgör en viktig del av kursen och studenten tränar sin förmåga att analysera och värdera centrala planeringsverktyg för internkommunikation (så som internkommunikationspolicies). Grundläggande teorier om vanliga digitala verktyg för internkommunikation tas upp, liksom internkommunikationens betydelse för maktutövning inom organisationer.

Delkurs 3 - Opinionsbildning (7.5 hp)

I delkursen belyses mediernas opinionsbildande funktion. Teorier och modeller som kan användas för analys såväl som för konkret planering av olika typer av opinionsbildande verksamhet presenteras. Opinionsbildning ses som en samhälllig process där flera olika aktörer (allmänhet, politiker, organisationsföreträdare, journalister, professionella kommunikatörer) samspelar. Sambandet mellan opinionsbildning och demokrati är ett genomgående tema under delkursen.

Delkurs 4 - Kriskommunikation (7.5 hp)

I delkursen behandlas teorier och praktiska verktyg som kan användas för att förstå, analysera och värdera kriskommunikationsinsatser. Vidare diskuteras olika typer av samhällliga och organisatoriska

kriser och hur organisationer respektive nyhetsmedier kan förhålla sig till kriser av olika slag. Begreppen kris och risk ges särskilt noggranna genomlysningar, bland annat genom fallstudier av reella kriser samt genom rollspel. Studenten tränar också sin förmåga att kritiskt reflektera kring kriskommunikationens förändrade förutsättningar i det digitala medielandskapet.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Se separat dokument.

Examination

Delkurs 1 examineras dels genom en skriftlig salstentamen, dels genom litteraturseminarier samt grupparbeten som presenteras och diskuteras vid obligatoriska seminarier.

Delkurs 2 examineras dels genom grupparbeten som presenteras och diskuteras vid obligatoriska seminarier, dels genom en individuell skriftlig inlämningsuppgift som också redovisas muntligt.

Delkurs 3 examineras dels genom en skriftlig salstentamen, dels genom grupparbeten som presenteras och diskuteras vid obligatoriska seminarier.

Delkurs 4 examineras dels genom en individuell skriftlig inlämningsuppgift, dels genom aktivt deltagande i ett obligatoriskt rollspelsmoment samt litteraturseminarier.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U). För betyget Väl godkänd på hel kurs krävs betyget Väl godkänd på minst 16 av kursens 30 hp.

Kvalitetsuppföljning

Under och efter kursen sker en uppföljning av måluppfyllelse och förutsättningar för lärande i kursen.

Dess främsta syfte är att bidra till förbättringar. Studenternas erfarenheter och synpunkter är ett av underlagen för granskningen, och inhämtas i enlighet med gällande regelverk. Studenterna informeras om resultaten och eventuella beslut om åtgärder.

Kursbevis

Kursbevis utfärdas på begäran.

Övrigt

Gällande regler för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Karlstads universitet reglerar studenters och anställdas skyldigheter och rättigheter.