



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap
Medie- och kommunikationsvetenskap

Kursplan

Strategisk kommunikation

Kurskod: MKGB23
Kursens benämning: Strategisk kommunikation
Strategic communication
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 2026-01-15 och gäller från höstterminen 2026 vid Karlstads universitet.

Behörighetskrav

30 hp medie- och kommunikationsvetenskap från MKGA02 Introduktion till Medie- och kommunikationsvetenskap, 15 hp, MKGA03 Text, kommunikation och organisation, 15 hp eller MKGA24 Kommunikationsarbete i teori och praktik 30 hp eller motsvarande.

Lärandemål

Delkurs 1 - Marknadsföring och varumärken, 7,5 hp

Efter avslutad delkurs ska studenten kunna

1. reflektera kritiskt kring områdena strategisk kommunikation, marknadsföring och kommunikationsplanering i relation till ett förändrat medielandskap och utifrån såväl ett organisations- som ett samhällsperspektiv samt
2. analysera, värdera och planera kommunikationsinsatser utifrån varumärkes- och kommunikationsstrategiska perspektiv, med hjälp av teori och relevanta verktyg.

Delkurs 2 - Internkommunikation, 7,5 hp

Efter avslutad delkurs ska studenten kunna

1. förklara internkommunikationens mekanismer och olika kanaler samt
2. analysera och värdera centrala planeringsverktyg för internkommunikation.

Delkurs 3 - Opinionsbildning, 7,5 hp

Efter avslutad delkurs ska studenten kunna

1. förklara mediernas roll i samhällelig opinionsbildning samt
2. analysera och planera olika former av opinionsbildande verksamhet.

Delkurs 4 - Kriskommunikation, 7,5 hp

Efter avslutad delkurs ska studenten kunna

1. reflektera kritiskt kring den strategiska kommunikationens roll vid olika typer av samhälleliga och organisatoriska kriser samt
2. 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 och utföra 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 ett föränderligt medielandskap, exempelvis sociala medier och AI.

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, såsom 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 (såsom internkommunikationspolicys). 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, såsom PR, presenteras. Opinionsbildning ses som en samhällelig 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 samhällseliga 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

Lärandemål 1 och 2 examineras dels genom salstentamen, dels individuellt genom en diskussion på ett seminarium och genom skriftligt grupparbete som redovisas vid seminarium.

Delkurs 2

Lärandemål 1 och 2 examineras dels genom en individuell skriftlig inlämningsuppgift, dels genom skriftliga grupparbeten som redovisas vid seminarium.

Delkurs 3

Lärandemål 1 och 2 examineras dels genom en salstentamen, dels genom en individuell skriftlig inlämningsuppgift, dels genom skriftliga grupparbeten som redovisas vid seminarium.

Delkurs 4

Lärandemål 1 och 2 examineras dels genom en individuell skriftlig inlämningsuppgift, dels genom genomförande av gestaltande individuella uppgifter under seminarier.

För bedömning av grupparbete ska underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas.

Om studenten har ett beslut från Karlstads universitet om riktat pedagogiskt stöd på grund av dokumenterad funktionsnedsättning har examinator rätt att ge studenten en anpassad examination eller att låta studenten genomföra examinationen på ett alternativt sätt.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

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.