



INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

MK1401 Kommunikationsplanering, 15 högskolepoäng

Communication Planning, 15 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden 2011-05-23 och senast reviderad 2018-04-25 av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2018-04-25, vårterminen 2018.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Inplacering

Kursen är en färdighetskurs som ges inom Medie- och kommunikationsvetarprogrammet - PR, opinionsbildning och omvärld
Kursen kan ingå i en kandidatexamen.

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 krävs 60 hp inom huvudämnet Medie- och kommunikationsvetenskap samt kursen MK1206 Analys av medier, organisationer och opinioner eller motsvarande.

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

Förklara principerna för analys, planering, genomförande och utvärdering i samband med olika sorters kommunikationsarbete.

Beskriva språkets och bildens roll i kommunikationen.

Färdigheter och förmåga

Formulera, planera och utvärdera kommunikationsinsatser utifrån teori, analys och empiri.

På grundläggande nivå planera och ta fram informationmaterial med avseende på bild, text och grafiska signaler.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Förhålla sig till individuella, organisatoriska och samhälleliga förutsättningar för kommunikationsinsatser.

Värdera utrymmet för kommunikationsinsatser i en angiven situation.

Kritiskt värdera styrkor och svagheter i en föreslagen kommunikationsinsats - inklusive de produkter som den bärs fram av - utifrån förväntade resultat samt demokratiska och etiska principer.

Innehåll

Kursen tar sin utgångspunkt i tidigare teoretiska moment inom ramen för utbildningen som tillämpas inom området kommunikationsplanering. Exempel på sådana moment är omvärldsanalys, målgruppsanalys, opinionsbildning och organisationskommunikation.

Kursen behandlar en majoritet av de arbetsmoment som ingår i organiseringen, planeringen och utvärderingen av kommunikationskampanjer och studenterna arbetar problembaserat med att skapa en plan utifrån ett angivet uppdrag.

I kursen läggs också vikt vid produktionen av informationsmaterial (text, bild, grafik) i analoga och digitala medier, och studenten lär sig att bygga upp enklare grafiska lösningar. Grundläggande utbildning i text- och bildbehandlingsprogram ingår.

Former för undervisning

Kursen huvudsakliga former för undervisning är föreläsningar, workshops och seminarium.

Undervisningsspråk: svenska

Undervisningen bedrivs i huvudsak på svenska, men även andra skandinaviska språk samt engelska kan förekomma.

Former för bedömning

Kursen examineras genom inlämningsuppgifter, workshops och seminarier.

Examination sker individuellt och i grupp. Samtliga workshops och seminarier kräver obligatorisk närvaro och aktivt deltagande. Frånvaro från delar av kursen medför restuppgifter om så är praktiskt möjligt. För hög frånvaro kan medföra att studenten får gå om kursen.

Examinationer och obligatoriska workshops

Strategiska överväganden, 3hp	Individuell	U/G/VG
Bildbeskrining	Workshop	U/G
Kommunikativa texter, 1hp	Individuell	U/G
Grafisk form	Workshop	U/G
Text, bild och grafisk form, 3,5hp	Individuell	U/G/VG
Omvärldsanalys	Workshop	U/G
Kommunikationsstrategi och presentation, 5hp	Grupp	U/G/VG
Analys och värdering av teori och praktik, 2,5hp	Individuell	U/G/VG

En student, som utan godkänt resultat genomgått två prov för en kurs eller en del av en kurs, har rätt att få en annan examinator utsedd, om inte särskilda skäl talar emot det (HF 6 kap 22). En sådan begäran ska inlämnas skriftligt till prefekten vid kursansvarig institution.

Antalet provtillfällen är av resursskäl begränsade till fem. Ett ordinarie examinationstillfälle, en omexamination i anslutning till pågående kurs samt ytterligare ett tredje tillfälle i anslutning till sommaruppehåll. Därefter är studenten hänvisad till nästkommande gång kursen ges.

I det fall en kurs har upphört eller genomgått större förändringar bör studenten 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 VG på två av de tre examinationerna Strategiska överväganden, Kommunikationsstrategi och presentation samt Analys och värdering av teori och praktik.

Kursvärdering

Kursutvärderingar görs kontinuerligt, såväl muntligt som skriftligt. resultaten sammanställs och används i institutionens löpande kvalitetsarbete.

Resultat och eventuella förändringar av kursens upplägg förmedlas via GUL till de studenter som senast gått kursen och muntligen till de studenter som påbörjat kursen.

Övrigt

För mer detaljerad information om kursen, se aktuell studieanvisning.