HÖGSKOLAN I BORÅS

Strategisk kommunikation
Strategic Communication
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 32SSK1
Version: 2.0
Fastställd av: Utbildningsutskottet 2013-06-19
Gäller från: HT 2013

Nivå: Avancerad nivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Biblioteks- och informationsvetenskap (A1F)
Utbildningsområde: Övrigt
Ämnesgrupp: Biblioteks- och informationsvetenskap
Förkunskapskrav:
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll
Kursen ger en grundläggande förståelse för kommunikationens roll i en organisation för att nå strategiska mål. Här behandlas både kommunikationsteorier och -strategier för såväl intern som extern kommunikation. Kursen tar också upp planering och implementering av kommunikationsstrategier. I kursen problematiseras hur hållbara kommunikationsstrategier kan utvecklas i organisationen, samt opinionsbildning och kriskommunikation. Studenten får grundläggande kunskaper i ROI (Return on Investment), informationsjuridik och informationsetik.

Mål
Efter genomgången kurs ska studenten kunna:
- Redogöra för kommunikationsbegrepp och modeller.
- Bedöma strategier för intern- och externkommunikation.
- Planera en kommunikationsinsats utifrån strategiska mål i en organisation och utarbeta en kommunikationsplan.
- Redogöra för och problematisera opinionsbildning och kriskommunikation.

Undervisningsformer
Undervisningen bedrivs i form av seminarier, föreläsningar, övningar, projektarbeten och handledning.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer
Kursen examineras genom inlämningsuppgifter, seminarier och projektarbeten.

Seminarier kan ersättas med annan i kursplanen angiven examinationsform om studenten underkänts på seminarium eller inte varit närvarande vid seminarium under kursens gång.

Studenten har rätt till fem (5) examinationstillfällen, varav minst tre (3) inom loppet av ett år.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel
Eriksson, Peter (2008). Planerad kommunikation: Strategiskt ledningsstöd i företag och organisationer. Malmö: Liber. (296 s.)

Falkheimer, Jesper och Heide, Mats (2011). Strategisk kommunikation: Forskning och praktik. Lund: Studentlitteratur. (403 s.)

Heide, M. & Simonsson, C. (2011). Putting Coworkers in the Limelight: New Challenges for Communication Professionals. International Journal of Strategic Communication, 5:4, s. 201-220.

Nolin, J. (2010). Sustainable information and Information Science. Information Research, 15 (2), paper 341, ca 15 s.

Orna, E. (2008). Information Policies: Yesterday, Today, Tomorrow. Journal of Information Science, 34, s. 547-565.

Stakston, Brit (2012). Gilla! ‐dela engagemang, passion och idéer via sociala medier. Idealistas förlag. (180 s.)

Egensökt litteratur tillkommer (ca 100 s.)

Studentinflytande och utvärdering

Studenternas synpunkter på kursen ska systematiskt och regelbundet inhämtas i muntlig och/eller skriftlig form. Studenterna ska delges resultatet av utvärderingen. Resultaten av utvärderingarna ska ligga till grund för kursens vidare utveckling.

Se vidare Policy för kursutvärdering, Högskolan i Borås 2005-06-07, dnr 56-02-10.

Övrigt

Kursen ingår i magisterprogrammet Strategisk information och kommunikation. Examinationsuppgifter utförs i en kontaktorganisation.

Kursen bygger på följande kurser: Informationssökning och informationskompetens, Informationsprodukter, Content Management och Knowledge Management.