

**STUDIEORDNING**

**DIPLOMUDDANNELSE I  
KOMMUNIKATION**

**SEPTEMBER 2013**

## INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INDLEDNING .....	4
2. UDDANNELSENS FORMÅL .....	4
3. UDDANNELSES VARIGHED .....	5
4. UDDANNELSENS TITEL .....	5
5. ADGANGSKRAV .....	5
6. UDDANNELSENS MÅL FOR LÆRINGSUDBYTTE, STRUKTUR OG INDHOLD.....	5
6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte.....	5
6.2 Uddannelsens struktur .....	6
7. AFGANGSPROJEKT .....	7
7.1 Læringsmål for afgangsprojektet .....	7
7.2 Udarbejdelse af afgangspjekt.....	8
8. UDDANNELSENS PÆDAGOGISKE TILRETTELÆGGELSE .....	8
8.1 Undervisnings- og arbejdsformer.....	8
8.2 Evaluering.....	8
9. PRØVER OG BEDØMMELSE .....	9
9.1.Frist for tilmelding og afmelding.....	9
9.2 Sygdom .....	9
9.3 Krav vedr. deltagelse i eksamener .....	9
9.4. Eksamensreglement om afholdelse af prøver.....	9
10. MERIT.....	10
11. CENSORKORPS .....	11
12. STUDIEVEJLEDNING .....	11
13. KLAGER OG DISPENSATION.....	11
14. OVERGANGSORDNINGER.....	12
15. RETSGRUNDLAG.....	12
BILAG 1 OBLIGATORISKE MODULER.....	13
Ob2) Brandingstrategi og kampagner (10 ECTS).....	14
Ob3) Kommunikationsplanlægning (10 ECTS) .....	15
BILAG 2: VALGFRIE MODULER INDEN FOR UDDANNELSENS FAGLIGE OMRÅDE .....	16
Vf1) Rådgiverens gennemslagskraft (5 ECTS) .....	16
Vf2) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS).....	16
Vf3) Kommunikationsledelse (10 ECTS) .....	17
Vf4) Krisekommunikation (5 ECTS) .....	18
Vf5) Styr sikkert på alle medier (5 ECTS) .....	19
Vf6) I samspil med brugerne (10 ECTS).....	20
Vf7) Levende billeder på web og mobile platforme (5 ECTS).....	20
Vf8) Bladudvikling (5 ECTS) .....	21

Vf9) Projektstyring fra A til Z (5 ECTS).....	22
Vf10) Procesledelse (5 ECTS).....	22
Vf11) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS).....	23
Vf12) Retorik – formidling der fænger (5 ECTS).....	24
Vf13) Digitale fortællinger – tablet og mobil (10 ECTS).....	25
Vf14) Fortæl historien (10 ECTS).....	26
Vf15) Forretningsorienteret kommunikation (5 ECTS).....	27
<b>BILAG 3 OVERSIGT OVER MODULER OG PRØVEFORMER .....</b>	<b>2816</b>

## 1. Indledning

Diplomuddannelsen i kommunikation er en erhvervsrettet videregående uddannelse udbudt efter lov om erhvervsrettede grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven) og efter bestemmelserne om tilrettelæggelse af deltidsuddannelser i lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v. Uddannelsen er omfattet af reglerne i Undervisningsministeriets bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Uddannelsen hører under fagområdet for Medie og kommunikation i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Studieordningen er udarbejdet i fællesskab af de institutioner, som er godkendt af Undervisningsministeriet til udbud af denne uddannelse. Studieordningen finder anvendelse for alle godkendte udbud af uddannelsen, og ændringer i studieordningen kan kun foretages i et samarbejde mellem de udbydende institutioner.

Følgende uddannelsesinstitutioner er ved denne studieordnings ikrafttræden godkendt til udbud af diplomuddannelsen i kommunikation:

- Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
- Syddansk Universitet

Ved udarbejdelse af den fælles studieordning og væsentlige ændringer heraf tager institutionerne kontakt til aftagerne og øvrige interessenter samt indhenter en udtalelse fra censorformandskabet, jf. eksamensbekendtgørelsen.

Studieordningen og væsentlige ændringer heraf træder i kraft ved et studieårs begyndelse og skal indeholde de fornødne overgangsordninger.

Studieordningen har virkning fra 1. september 2013.

## 2. Uddannelsens formål.

Formålet med diplomuddannelsen i kommunikation er at kvalificere den uddannede til at arbejde strategisk med virksomhedens kommunikation. Det vil sige at analysere, rådgive om og producere kommunikation, der understøtter virksomhedens overordnede mål. Kommunikation forstås ud fra et helhedsperspektiv og som et middel til at nå et nærmere specificeret mål. Den uddannede bliver i stand til at anbefale, planlægge og gennemføre den mest hensigtsmæssige kommunikations indsats. Den uddannede får overblik over kommunikationsudfordringerne i en moderne virksomhed, teorier til at forstå dem med, metoder til at undersøge dem med og konkrete værktøjer til at angribe dem med.

Diplomuddannelsen i kommunikation sætter den uddannede i stand til at forholde sig kritisk til virksomheders interne og eksterne kommunikation og får desuden indsigt og værktøjerne til bidrage til udvikling af kommunikationskulturen, -processerne og -produkterne. Uddannelsen tager afsæt i krav og udfordringer til morgendagens kommunikatør.

Formålet ligger inden for fagområdets formål, som fastsat i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

### 3. Uddannelses varighed

Uddannelsen er normeret til 1 studenterårsværk. 1 studenterårsværk er en heltidsstuderendes arbejde i 1 år og svarer til 60 ECTS-point (European Credit Transfer System).

ECTS-point er en talmæssig angivelse for den totale arbejdsbelastning, som gennemførelsen af en uddannelse eller et modul er normeret til. I studenterårsværket er indregnet arbejdsbelastningen ved alle former for uddannelsesaktiviteter, der knytter sig til uddannelsen eller modulet, herunder skemalagt undervisning, selvstudie, projektarbejde, udarbejdelse af skriftlige opgaver, øvelser og cases, samt eksaminer og andre bedømmelser.

### 4. Uddannelsens titel

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen *Diplom i Kommunikation* og den engelske betegnelse er *Diploma of Corporate Communication*. Jf. bekendtgørelse for diplomuddannelser.

### 5. Adgangskrav

Adgang til optagelse på diplomuddannelsen i kommunikation eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en erhvervsakademiuddannelse eller en relevant videregående voksenuddannelse (VVU) samt at ansøger har mindst 2 års relevant erhvervs erfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse. Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse som ovenfor nævnt, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne.

## 6. Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold

### 6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte

Uddannelsens mål for læringsudbytte:

#### Viden

Den diplomuddannede i kommunikation har:

- overblik over centrale kommunikationsteorier og kan reflektere over deres anvendelse i relation til såvel virksomhedens overordnede mål som konkrete kommunikationsopgaver

- forståelse for kommunikation som en central faktor i strategisk ledelse og kan reflektere over praksis i forhold til en specifik organisationskultur
- viden om og kan anvende forskellige kommunikationsmodeller i en overordnet strategisk planlægning og i konkrete kommunikationsopgaver
- indsigt i videnskabsteorien bag arbejdet med kommunikationsteori- og modeller
- viden om målgruppeanalyse og kan reflektere over både teori og metoder
- viden om og kan reflektere over kommunikationsplanlægning både teoretisk og i forhold til praksis
- kendskab til og kan vælge relevante metoder til indsamling af datamateriale i forbindelse med kommunikationsanalyse, – rådgivning og -undervisning

### **Færdigheder**

Den diplomuddannede i kommunikation kan:

- forholde sig kritisk analyserende til kommunikationsmæssige produkter og processer på et metodisk og veldokumenteret grundlag
- identificere, analysere og vurdere organisationers selvforståelse, selvfremsstilling og omdømme
- identificere kommunikationsbehov og planlægge konkrete kampagner, kommunikationsløsninger og -processer fra idéudvikling over færdigt produkt til måling af effekt
- identificere og analysere problemstillinger omkring afsender- og modtagerroller
- argumentere for kommunikationsmæssige til- og fravalg med inddragelse af teori og praksiserfaringer
- indgå i et professionelt samarbejde med interne og eksterne interessenter i forbindelse med løsning af konkrete kommunikationsopgaver
- forholde sig analytisk og reflekterende til kommunikation i forandringsprocesser og kriser
- forholde sig analytisk og reflekterende til branding som strategisk værktøj på tværs af organisationen, herunder såvel corporate branding som employeer branding

### **Kompetencer:**

Den diplomuddannede i kommunikation kan:

- arbejde strategisk med såvel intern som ekstern kommunikation i virksomheder og organisationer
- gennemskue et bredt spekter af kommunikationskanaler og vurdere, prioritere og begrunde valg af kanaler ved konkrete kommunikationsopgaver
- vælge, producere og udvikle det relevante formidlingsmæssige indhold til den valgte kommunikationskanal
- udarbejde strategisk funderede kommunikationsplaner
- rådgive omkring udvikling af virksomhedens kommunikationskultur
- bidrage som kommunikationsmæssig sparringspartner for virksomhedens ledelse og bistå mellemledere med at styrke deres rolle som kommunikator
- selvstændigt og i samarbejde med andre styre kommunikationsudvikling og – projekter fra ide over produkt til måling af effekt og opfølgning

## **6.2 Uddannelsens struktur**

Uddannelsen består af obligatoriske moduler, valgfri moduler samt et afgangsprøve, der afslutter uddannelsen.

### Obligatoriske moduler jf. bilag 1

Uddannelsens obligatoriske moduler, der er fælles for alle studerende, uanset uddannelsesretning, omfatter i alt 30 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1.

### Valgfrie moduler jf. bilag 2

Uddannelsen omfatter valgfrie moduler, der for den enkelte studerende skal udgøre i alt 15 ECTS-point.

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område henvises til bilag 2.

Den studerende kan desuden vælge moduler uden for uddannelsens faglige område, dog højst 10 ECTS-point. Institutionen vejleder om valg af moduler uden for uddannelsens faglige område.

### Afgangsprøve

Afgangsprøven på 15 ECTS-point afslutter uddannelsen. Afgangsprøven skal dokumentere, at uddannelsens mål for læringsudbytte er opnået. Afgangsprøvens emne skal ligge inden for uddannelsens faglige område og formuleres, så eventuelle valgfag uden for uddannelsens faglige område inddrages. Institutionen godkender emnet.

Den studerende kan først indstilles til prøve i afgangsprøven, når moduler af et samlet omfang på 45 ECTS er bestået.

## **7. Afgangsprøve**

### **7.1 Læringsmål for afgangsprøven**

#### **Viden**

Den studerende skal demonstrere

- viden om forskellige videnskabs-teoretiske tilgange til kommunikation og informationsjournalistik
- overblik over centrale kommunikationsteorier og kan reflektere over deres anvendelse i relation til såvel virksomhedens overordnede mål som konkrete kommunikationsopgaver
- viden om og kan anvende valgte kommunikationsmodeller i en overordnet strategisk planlægning eller i en konkret kommunikationsopgave
- viden om og kan reflektere over kommunikationsplanlægning både teoretisk og i forhold til praksis

#### **Færdigheder**

Den studerende skal kunne

- argumentere for kommunikationsmæssige til- og fravalg med inddragelse af teori og praksiserfaringer
- forholde sig kritisk analyserende til kommunikationsmæssige produkter og processer på et metodisk og veldokumenteret grundlag

## Kompetencer

Den studerende skal kunne

- arbejde strategisk med såvel intern som ekstern kommunikation i virksomheder og organisationer
- selvstændigt kunne indgå i faglige fællesskaber og tværfagligt samarbejde inden for rammerne af en professionel journalistisk faglighed
- kunne identificere egne behov for læring og udvikle egen viden, færdigheder og kompetencer på baggrund af afgangsprøvet og øvrige moduler i uddannelsen

## Indhold

Formålet med afgangsprøvet er, at den studerende dokumenterer kompetencer til at identificere, analysere og vurdere problemstillinger af relevans for den interne eller eksterne kommunikation i en virksomhed eller organisation. Der lægges endvidere vægt på, at den studerende anskueliggør mulige handlinger, løsninger og udvikling af praksis, som baserer sig på inddragelse af relevante teoridannelser, metoder og empiriske data.

Afgangsprøvet består af en projektrapport, et produkt i form af en kommunikationsstrategi eller kommunikationsløsning samt en mundtlig eksamination. Projektrapporten må max være på 30 sider. Nærmere bestemmelser af karakteren og omfanget af kommunikationsstrategi eller kommunikationsløsning aftales med vejleder. Den mundtlige eksaminationstid er 45 minutter inkl. votering.

## 7.2 Udarbejdelse af afgangsprøvet

To måneder efter afgangsprøvsperioden er gået i gang afleverer den studerende en synopsis, som er en 2-4 siders sammenfatning af afgangsprøvs formål og indhold. Synopsis skal godkendes af vejleder inden den fastsatte afleveringsdato og fastlægges ved godkendelsen og efterfølgende aflevering emnevalg for afgangsprøvet.

Der er i alt ti timer til rådighed til faglig vejledning, som kan benyttes frem til aflevering af afgangsprøvet.

# 8. Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse

## 8.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Undervisnings- og arbejdsformer er en veksling mellem forelæsning, diskussion, øvelser, projektarbejde, gruppearbejde og e-læring.

Undervisningen tager udgangspunkt i den studerendes erfaringer. Således vil henvisning til og bearbejdning af problemstillinger, dilemmaer samt interesse- og udviklingsfelter fra den studerendes faglighed og virke stå centralt i undervisningen.

## 8.2 Evaluering

Alle diplommoduler evalueres både skriftligt og mundtligt af de studerende.

Ved uddannelsens afslutning evaluerer den studerende på uddannelsen i sin helhed.

Evalueringerne indgår i den samlede kvalitetssikring og anvendes til løbende udvikling af uddannelsen.



## 9. Prøver og bedømmelse

Uddannelsen består af:

- 3 obligatoriske moduler, som alle afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- valgfrie moduler svarende til 15 ECTS, som alle afsluttes med intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen
- afgangsprøve, som afsluttes med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Se oversigt over prøveformer for uddannelsens moduler (se bilag 3).

### 9.1. Frist for tilmelding og afmelding

Når en studerende er tilmeldt et modul, er den studerende samtidig tilmeldt eksamen i det pågældende modul.

Eventuel afmelding til eksamen skal ske senest 14 dage før eksamen. Afmelding skal ske skriftligt til uddannelsesadministrationen.

Den studerende kan deltage 3 gange i samme prøve. Uddannelsesinstitutionen kan tillade yderligere prøvegange, hvis det er begrundet i usædvanlige forhold. I vurderingen af om der foreligger usædvanlige forhold, kan spørgsmålet om studieegnethed ikke indgå.

### 9.2 Sygdom

Ved sygdom ved eksamen kontaktes den uddannelsesinstitution, der afholder eksamen, dvs. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller Syddansk Universitet hurtigst muligt og senest om morgenen den dag eksamen finder sted.

Lægeerklæring skal være Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller Syddansk Universitet i hænde senest 3 hverdage efter eksamensdato. Ved sygemelding skal den studerende selv tilmelde sig sygeeksamen.

Sygeeksamen afholdes på en af uddannelsesadministrationen offentliggjort dato inden for et semester efter den oprindelige eksamensdato.

### 9.3 Krav vedr. deltagelse i eksamener

Opfyldelse af deltagelsespligt og aflevering af opgaver og projekter mv., der er en forudsætning for deltagelse i en prøve.

Det er en forudsætning for deltagelse i prøve, at den studerende har læst obligatorisk litteratur og afleveret obligatoriske opgaver. Hvilke opgaver, der er obligatoriske, defineres af underviser.

Opgaver accepteres kun, hvis de opfylder formelle krav til fx bilag, filformater eller særlige forsider.

### 9.4. Eksamensreglement om afholdelse af prøver

Følgende afsnit henviser til Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser.

Eksamenssproget er dansk, med de muligheder for undtagelser, der fremgår af §16.

Får institutionen bekræftet formodning om, at en eksaminand udgiver en andens arbejde for sit eget eller anvender eget tidligere bedømt arbejde uden henvisning, betegnes det som eksamenssnyd.

Sanktioner ved eksamenssnyd fremgår højskolens Disciplinære foranstaltninger.

Ved bedømmelse af afgangsprøvet skal der i henhold til eksamensbekendtgørelsens § 33, stk. 2 udover det faglige indhold også lægges vægt på formulerings- og stavfærdigheder. Da det er af afgørende betydning for det journalistiske fag, at man behersker det danske sprog, indgår de studerendes formulerings-, stave- og tegnsætningsfærdigheder ved enhver bedømmelse. Manglende færdigheder på dette område vil trække den samlede vurdering ned.

## 10. Merit

Studerende ved diplomuddannelse i kommunikation kan søge om merit for uddannelseselementer fra andre uddannelser. Uddannelseselementer skal mindst være på samme niveau som diplomuddannelsen.

Ansøgning om overførsel af merit fra andre uddannelser til uddannelser på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller på Syddansk Universitet kræver skriftlig ansøgning, der sendes til:

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole  
Att. Uddannelsesadministrationen, Efter- og videreuddannelsen  
Olof Palmes Allé 11  
8200 Århus N

Eller mail: [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk)

Eller til:  
Syddansk Universitet  
Det Samfundsvidenskabelige Fakultet  
Campusvej 55  
5230 Odense M

Eller mail: [office@sam.sdu.dk](mailto:office@sam.sdu.dk)

Ansøgningen skal indeholde følgende oplysninger:

- Navn og adresse
- Dokumentation (eksamensbeviser, fagbeskrivelser, pensum, osv.)
- Angivelse af, hvilke fag der ønskes meritgodkendt

Ansøgningen behandles af uddannelsesadministrationen i samarbejde med de relevante faglige undervisere på de respektive uddannelser.

Afslag på merit kan indbringes for Kvalifikationsnævnet. Klagefristen er fire uger. Klagen

skal stiles til Kvalifikationsnævnet, men sendes til Danmarks Medie- og Journalisthøjskole på [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk). Eller til Syddansk Universitet på [office@sam.sdu.dk](mailto:office@sam.sdu.dk)

## 11. Censorkorps

Diplomuddannelsen i kommunikation benytter det af Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser godkendte censorkorps for diplomfagområdet medie og kommunikation.

## 12. Studievejledning

I studievejledningen på [www.dmjx.dk/diplom](http://www.dmjx.dk/diplom) findes supplerende og uddybende information om de enkelte moduler og om diplomuddannelsen i kommunikation.

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole har en tværgående, professionel studievejledning som også varetager studievejledning for efter- og videreuddannelsesområdet, herunder diplomuddannelsen i kommunikation. Se kontaktinfo på [www.dmjx.dk/studievejledning](http://www.dmjx.dk/studievejledning)

Syddansk Universitets Efteruddannelse – enheden for kompetencegivende efteruddannelser varetager vejledning om optagelse, adgangskrav m.m. eller henviser til vejlederne på de enkelte uddannelser, hvis der er brug for mere fagspecifik information. Se yderligere kontaktinformation på [http://www.sdu.dk/Efter\\_videreuddannelse/Generelle\\_informationer/Kontakt\\_os](http://www.sdu.dk/Efter_videreuddannelse/Generelle_informationer/Kontakt_os)

## 13. Klager og dispensation

### Klageregler

Klager over prøver behandles efter reglerne i Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser.

Se Klage- og ankereglerne for yderligere information på:

<http://www.dmjx.dk/kurser-og-videreuddannelse/studievejledning/klager-over-proever-og-eksamen>

eller

[http://www.sdu.dk/Information\\_til/Studerende\\_ved\\_SDU/Eksamen/Eksamensklager.aspx](http://www.sdu.dk/Information_til/Studerende_ved_SDU/Eksamen/Eksamensklager.aspx)

Klager over øvrige forhold behandles efter reglerne i bekendtgørelse om diplomuddannelser.

Alle klager indgives til institutionen senest 2 uger fra den dag afgørelsen er meddelt den studerende.

### Dispensation

Institutionen kan dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionerne, når det er begrundet i særlige forhold.

Ansøgning om dispensation på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole eller til Syddansk Universitet kræver skriftlig ansøgning, der sendes til:

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Att. Uddannelsesadministrationen, Efter- og videreuddannelsen  
Olof Palmes Allé 11  
8200 Århus N

Eller mail: [sekretariat@dmjx.dk](mailto:sekretariat@dmjx.dk)

Eller til:  
Syddansk Universitet  
Det Samfundsvidenskabelige Fakultet  
Campusvej 55  
5230 Odense M

Ansøgningen behandles af uddannelsesadministrationen i samarbejde med de relevante faglige undervisere på de respektive uddannelser.

Eller mail: [office@sam.sdu.dk](mailto:office@sam.sdu.dk)

Ansøgningen skal indeholde følgende oplysninger:

- Navn og adresse
- Angivelse af, hvad der søges dispensation for
- Begrundelse for ansøgning om dispensation
- Dokumentation (eksamensbeviser, ansættelsesbeviser, udtalelser, osv.)

## 14. Overgangsordninger

Ved denne studieordnings ikrafttræden, ophæves tidligere studieordning, og alle studerende ved diplomuddannelsen i kommunikation vil høre under nærværende studieordning. For studerende, som har bestået et eller flere moduler under den tidligere studieordning, gælder følgende:

Obligatoriske moduler skal udgøre 30 ECTS ud af uddannelsens i alt 60 ECTS. Fra denne regel gælder følgende undtagelse: I de tilfælde hvor en studerende medbringer et obligatorisk modul på 15 ECTS fra den tidligere studieordning, vil det blive tilladt kun at supplere med et obligatorisk modul af 10 ECTS og på denne måde nøjes med i alt 25 ECTS inden for de obligatoriske moduler. Det vil også være muligt at supplere med to obligatoriske moduler, således at de obligatoriske moduler udgør 35 ECTS af uddannelsens i alt 60 ECTS.

## 15. Retsgrundlag

Studieordningens retsgrundlag udgøres af:

- 1) Bekendtgørelse om diplomuddannelser
- 2) Bekendtgørelse af lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne
- 3) Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
- 4) Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede uddannelser
- 5) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- 6) Bekendtgørelse om fleksible forløb inden for videregående uddannelse for voksne

Retsgrundlaget kan læses på adressen [www.retsinfo.dk](http://www.retsinfo.dk)

## Bilag 1 Obligatoriske moduler

Oversigt og gennemgang af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler.

### Ob1) Kommunikations- og PR-strategi (10 ECTS)

#### Læringsmål

##### Viden:

Den studerende kan:

- demonstrere indsigt i det strategiske kommunikationsarbejdes grundlæggende udfordringer og kontekst
- reflektere over egen rolle som kommunikationschef/-medarbejder og diskutere sammenhæng mellem roller og kompetencer i det strategiske kommunikationsarbejde
- demonstrere indsigt i sammenhæng mellem forretning/virke og kommunikationsstrategier, -politikker og -planer
- demonstrere indsigt i arbejdet med og baggrunden for kommunikationspolitikker
- demonstrere indsigt i sociale mediers rolle i at sætte en ekstern dagsorden
- demonstrere indsigt i de vigtigste barrierer og muligheder i forbindelse med at håndtere krisekommunikation og kriseforebyggelse i form af issues-management og issues-håndtering

##### Færdigheder:

Den studerende kan:

- udvikle en kommunikationsstrategi
- udvikle en kommunikationspolitik
- udvikle en stakeholderanalyse
- udvikle en relationsstrategi
- udvikle en strategi for at sætte en offentlig dagsorden i medierne

##### Kompetencer:

Den studerende kan:

- analysere, diskutere og vurdere politisk interessevaretagelse på et relevant og indsigtsfuldt grundlag
- vurdere en given public affairs-udfordring og dens handlemuligheder
- tilrettelægge en public affairs-indsats med inddragelse af relevante og tilgængelige indflydelseskanaler

##### Indhold:

Modulet giver de studerende en teoretisk og begrebsmæssig forståelse af virksomheders, organisationers, myndigheders og foreningers kommunikationsarbejde, der ruster dem til at arbejde selvstændigt med at arbejde med egen rådgiverrolle og udvikle egne strategier. Der inddrages en lang række cases og eksempler, og den studerende trænes individuelt og i grupper i at løse strategiske kommunikationsopgaver. Modulet indfører den studerende i:

- Kommunikationsarbejdets grundlæggende udfordringer og kontekst
- Rådgiverrollen for den interne kommunikationsmedarbejder og dens konsekvenser i form af kompetencer
- Sammenhæng mellem forretning/virke og kommunikationsstrategier, -politikker og -planer

- Kommunikationsstrategi
- Kommunikationspolitik
- Stakeholderanalyse
- Relationsstrategi
- at sætte en offentlig dagsorden i medierne
- Public affairs
- Issues management
- Krisekommunikation

## Ob2) Brandingstrategi og kampagner (10 ECTS)

Læringsmål

### Viden:

Den studerende kan:

- demonstrere indsigt i sammenhæng mellem forretning/virke og kommunikation
- demonstrere indsigt i det strategiske brandingarbejde med positionering, scenarier, visualiseringsvalg
- demonstrere indsigt i arbejdet med eksterne CSR-relationer
- demonstrere indsigt i arbejdet med indre branding
- demonstrere indsigt i arbejdet med organisationens identitet og kultur
- demonstrere indsigt i arbejdet med værdiledelse
- demonstrere indsigt i mellemlederens rolle i interne processer
- demonstrere indsigt i brug af storytelling over for medarbejdere
- demonstrere indsigt i interne kampagner og netværk
- demonstrere indsigt i brugen af sociale medier over for medarbejderne

### Færdigheder:

- udvikle en brandingstrategi
- udvikle en kampagnestrategi
- udvikle en strategi for netværkskampagne
- udvikle en CSR-strategi
- kortlægge virksomhedens kommunikationsarkitektur

### Kompetencer:

Den studerende kan:

- arbejde strategisk med storytelling
- analysere en organisations identitet og blotlægge organisationskulturen med henblik på udviklingsarbejde
- selvstændigt og i samarbejde med andre arbejde med strategisk branding

### Indhold:

Modulet giver de studerende en teoretisk og begrebsmæssig forståelse af virksomheders, organisationers, myndigheders og foreningers kommunikationsarbejde, der ruster dem til at arbejde selvstændigt med at arbejde med egen rådgiverrolle og udvikle egne strategier. Der inddrages en lang række cases og eksempler, og den studerende trænes individuelt og i grupper i at løse strategiske kommunikationsopgaver. Modulet indfører den studerende i:

- Sammenhængen mellem forretning/virke og kommunikation

- Branding
- Storytelling
- CSR
- Kampagner og netværk
- Sociale medier
- Virksomhedens identitet og kultur
- Værdiledelse
- Mellemliderrollen
- Kommunikationsarkitektur

### **Ob3) Kommunikationsplanlægning (10 ETCS)**

#### **Læringsmål**

##### **Viden**

Den studerende kan

- demonstrere viden om centrale teorier indenfor kommunikationsplanlægning
- demonstrere indsigt i hvordan virksomhedens kommunikation kan understøtte strategiske målsætninger og skabe holdnings- og adfærdsændringer
- demonstrere viden om brug af strategisk funderede målemetoder

##### **Færdigheder**

Den studerende kan

- udvikle en kommunikationsplan
- rådgive ledere om virksomhedens kommunikationsudfordringer
- lave en plan for udvikling af virksomhedens kommunikationskultur

##### **Kompetencer**

Den studerende kan

- analysere og diskutere kommunikationssituationer, rådgive om fordele og ulemper ved mulige kommunikationsindsatser og følge op med måling af effekt
- arbejde selvstændigt med strategisk funderet kommunikationsplanlægning
- fungere som sparringspartnere for ledere i forbindelse med større kommunikationsindsatser og forandringsprojekter

##### **Indhold**

Modulet giver de studerende en teoretisk funderet værktøjskasse, der styrker dem i arbejdet med at analysere, planlægge, gennemføre og evaluere kommunikationsindsatser i virksomheden. Der vil i cases og øvelser primært være fokus på udfordringer i virksomhedens interne kommunikation. Der indgår således også refleksioner over kommunikationsmedarbejderens rolle i udviklingen af en stærk kommunikationskultur.

Modulet indfører de studerende i

- Kommunikationsplanlægning
- Forandringskommunikation
- Strategisk måling af kommunikation
- Den stærke kommunikationskultur

## Bilag 2: Valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område

Oversigt og gennemgang af læringsmål, indhold og omfang af de valgfrie moduler.

### Vf1) Rådgiverens gennemslagskraft (5 ETCS)

#### Læringsmål

##### Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om centrale teorier indenfor kommunikationsrådgivning
- demonstrere indsigt i rådgiverens rolle i organisationen, faglige kompetencer og personlige gennemslagskraft
- demonstrere viden om psykologiske og retoriske aspekter ved rollen som rådgiver

##### Færdigheder

Den studerende kan

- vurdere egen og andres kommunikationsmæssige performance
- udvikle egen og andres performance
- rådgive professionelt

##### Kompetencer

Den studerende kan

- analysere og diskutere rådgivningssituationer, skelne mellem rådgivning og coaching samt opstille klare rammer for rådgiverens relationer og samarbejde
- arbejde selvstændigt med kommunikationsrådgivning internt i en organisation eller som konsulent
- kommunikere situationsbestemt og troværdigt i rollen

##### Indhold

Modulet giver de studerende et både teoretisk og praktisk fundament for at udvikle og styrke rollen som kommunikationsrådgiver. Med udgangspunkt i retorikken og organisationspsykologiske teorier arbejder vi med analyse og kategorisering af forskellige rådgivningssituationer, rolleafklaring og interventionsstrategier. Øvelser med videooptagelser bruges for at udvikle de studerendes personlige gennemslagskraft, så de kan træde i karakter i rollen som rådgiver. Modulet indfører de studerende i

- Situationsbestemt kommunikation
- Rådgivningens psykologiske aspekter
- Rådgiverens troværdighed og gennemslagskraft

### Vf2) Mål resultatet af din kommunikation (10 ECTS)

#### Læringsmål

##### Viden



- Har viden om de grundlæggende teorier og metoder for kvalitative og kvantitative undersøgelser herunder udvælgelsesmetoder og behandling af data
- Har viden om statistik og udvælgelsesmetoder for at sikre repræsentativitet samt beregning af frafald og konfidensinterval

### **Færdigheder**

- Man udgangspunkt i organisationens strategiske mål kan definere relevante kommunikative mål, definere succeskriterier og KPI
- Kan udarbejde et undersøgelsesdesign og udarbejde såvel en kvalitativ som en kvantitativ undersøgelse
- Kan analysere vilkårene for en kommunikation og beskrive det kommunikative handlerum i forhold til de strategiske mål
- Kan udarbejde en survey med spørgsmål og svarkategorier samt gennemføre prætest af survey
- Kan systematisere og afrapportere såvel kvalitative som kvantitative data
- kan anvende de rette analysemodeller og undersøgelsesmetoder i forhold til en konkret

### **Kompetencer**

- kan udarbejde en operationel kommunikationsplan på baggrund af strategiske mål
- kan gennemføre evalueringen af en kommunikationsopgave samt afrapportere denne
- kan opstille metoder til at vurdere den strategiske værdi af pressearbejdet og omdømme

### **Indhold**

Modulet har til formål at gøre den studerende i stand til at dokumentere værdien af kommunikationsindsatsen i forhold til de overordnede strategiske mål.

Målet er, at den studerende bliver i stand til selv at gennemføre evalueringen af kommunikationsarbejdet, at kunne opstille et undersøgelsesdesign, at kunne anvende de rette analysemodeller og undersøgelsesmetoder i forhold til en konkret problemstilling, at kende de grundlæggende regler for kvalitative og kvantitative undersøgelser, herunder udvælgelsesmetoder og behandling af data, samt blive i stand til at kunne styre processerne omkring målinger eller evalueringer.

## **Vf3) Kommunikationsledelse (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende har

- viden om centrale ledelses- og organisationsteorier i relation til ledelse af kommunikationsarbejdet
- viden om ledelsesmetoder herunder systemisk ledelse og sikring af det psykiske arbejdsmiljø

### **Færdigheder**

Den studerende kan

- Har indblik i og bevidsthed om personlig ledelsesstil og –kompetence
- Kan anvende systemisk interviewteknik i relation til ledelsesarbejdet
- Kan anvende værktøjer til håndtering af krydspres og konflikter
- Kan anvende redskaber og metoder til afstemning af forventninger, rollefordeling og ansvar

### **Kompetencer**

Den studerende kan

- opstille mål for eget ledelsesarbejde
- med udgangspunkt i mål og ressourcer lede og organisere kommunikationsarbejdet
- kan vurdere og anvende forskellige ledelsesstile i det daglige ledelsesarbejde i virksomheden

### **Indhold**

Den studerende introduceres til centrale metoder og redskaber, som bruges til ledelse af kommunikationsarbejdet. Modulet fokuserer på praktisk anvendelse af ledelses- og organisationsteori og kobles med de konkrete personlige erfaringer, som den studerende har omkring ledelsesarbejdet. Målet med forløbet er, at den studerende lærer egen ledelsesstil og ledelseskompetence at kende, at kunne opstille mål for eget ledelsesarbejde, med udgangspunkt i mål og ressourcer, at kunne organisere kommunikationsarbejdet, samt lære metoder til at håndtere eget krydspres og konflikthåndtering.

## **Vf4) Krisekommunikation (5 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

- har viden om centrale modeller og teorier inden for krisekommunikation
- har viden om kommunikationsværktøjer til at håndtere kommunikation i en krisesituation
- har viden om hvorfor kriser opstår, og hvordan de kan udvikle sig

#### **Færdigheder**

- kan kortlægge krisekommunikationens interessenter – herunder medierne
- Kan anvende værktøjer til at vurdere, hvor krisefølsom den enkelte organisation er
- Kan anvende relevante redskaber og metoder til at håndtere kommunikation i en krisesituation

#### **Kompetencer**

- er i stand til at udvikle et kriseberejdskab i din egen organisation
- kan med afsæt i relevante værktøjer håndtere kommunikationen under og efter en krise

## Indhold

Den studerende introduceres til centrale modeller og teorier inden for krisekommunikation og informationsjournalistik. Modulet belyser hvorfor og hvordan medierne spiller en aktiv rolle i udviklingen af kriser. Med afsæt i praktiske eksempler arbejder den studerende med analyse af hvordan virksomheder reagerer og handler i en krisesituation, og hvilke stadier der præger krisens forløb. Målet er at den studerende bliver i stand til at diskutere, vurdere og anvende kommunikationsværktøjer til udvikling af kriseberedskab samt til at håndtere kommunikationen i en krisesituation i egen virksomhed eller organisation.

## Vf5) Styr sikkert på alle medier (5 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

- har viden om og kan reflektere over de formidlingsformer og -metoder på de forskellige medieplatforme - herunder sociale medier og mobile platforme
- har viden om og kan reflektere over planlægning af den fler- og tværmedielle indsats, både teoretisk og i forhold til praksis
- har viden om redaktionelle organisationsformer, funktioner og roller i flermedielle mediehuse og kommunikationsvirksomheder.

#### Færdigheder

- kan indgå i et professionelt samarbejde med andre faggrupper på tværs af en medie- eller kommunikationsvirksomhed
- kan forholde sig reflektivt og strategisk til organisationsformer, roller og funktioner i en medie- eller kommunikationsvirksomhed
- kan formidle historier så muligheder og styrker på de valgte medieplatforme udnyttes bedst muligt i forhold til den valgte målgruppe

#### Kompetencer

- kan selvstændigt og i samarbejde med andre anvende formidlingsmæssige teknikker og virkemidler til at formidle og fortælle kreativt og forståeligt på forskellige medieplatforme
- kan gennemskue et bredt spekter af medieplatforme – analoge, digitale, mobile og sociale medier – og vurdere, prioritere og begrunde valg af platforme ved konkrete formidlingsopgaver
- kan vælge, producere og udvikle det relevante visuelle indhold til de valgte medieplatforme
- kan indgå i et professionelt samarbejde med andre faggrupper på tværs af medie- eller kommunikationsvirksomheden.

## Indhold

Den studerende indføres teoretisk og praktisk i, hvordan den fler- og tværmedielle indsats organiseres, planlægges og udføres. Med historien og budskabet i centrum for den journalistiske og kommunikative indsats lærer den studerende at tilrettelægge og fortælle

på tværs af platformene. Formålet er at den studerende gennem kendskab til platformenes særlige styrker, strategisk planlægning, nye organisationsformer og roller bliver i stand til at arbejde mere effektivt, men samtidigt også mere kreativt, når historien skal fortælles og formidles til de forskellige platforme – herunder nye sociale og mobile platforme.

## **Vf6) I samspil med brugerne (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

- har viden om forbrugsmønstre hos moderne mediebrugere samt deres adfærd på de nye medieplatforme
- har viden om og kan reflektere over de værktøjer og features (sociale medier) brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere

#### **Færdigheder**

- kan planlægge og skabe brugerinvolvering som en del af en virksomheds kommunikative indsats
- kan anvende værktøjer som fx Twitter, blogs, moblogs, Facebook, Flickr i forbindelse med den journalistiske proces

#### **Kompetencer**

- kan anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

#### **Indhold**

Brugerinvolvering, interaktivitet og brugergeneret indhold er alle begreber for visionen om et tættere samspil med medieforbrugerne. Modulet har til formål at gøre den studerende i stand til at forstå og reflektere over de værktøjer og features (sociale medier) brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere - for sig selv, til hinanden og til de etablerede medier, institutioner og virksomheder. Den studerende skal kunne anvende kendskabet til adfærd hos mediebrugere og sociale medier til at udvikle en brugerinvolverende praksis, bl.a. gennem strategisk anvendelse af sociale medier i egen virksomhed.

## **Vf7) Levende billeder på web og mobile platforme (5 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

- har viden om grundlæggende fortælle teori og dramaturgi for levende billeder
- har viden om genreforhold og nye brugerinvolverende eller kontekstafhængige fortælleformer for levende billeder på web og andre mobile platforme

- har viden om brugernes anvendelse af de nye visuelle og brugerinvolverende medier

#### **Færdigheder**

- kan udvikle og producere egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme
- kan arbejde med levende billeder i en fortælle-mæssig kontekst af andre udtryksformer – fx foto og tekst på web

#### **Kompetencer**

- kan identificere og anvende de nye visuelle og fortælle-mæssige muligheder på de nye platforme

#### **Indhold**

Alle medier og virksomheder har nu de tekniske muligheder for at kunne fortælle fascinerende visuelle nyheder og historier på nettet og på de mobile platforme. På modulet præsenteres og diskuteres teorier og erfaringer omkring genrebestemmelse og fortælleformer for levende billeder på web og andre mobile platforme. Formålet er, at den studerende bliver i stand til at kunne forstå de nye visuelle og fortælle-mæssige muligheder samt modtagernes brug af disse udtryksformer med henblik på at kunne udvikle og producere egne videobaserede produktioner til web og mobile platforme.

### **Vf8) Bladudvikling (5 ECTS)**

#### **Læringsmål**

##### **Viden**

- har viden om målgruppeanalyse og kan reflektere over både teori og metode i tilknytning hertil
- har viden om de særlige visuelle og formidlingsmæssige muligheder, som det trykte blad eller magasin giver

##### **Færdigheder**

- kan identificere målgrupper for et blad eller magasin
- kan arbejde reflekteret med de visuelle teknikker og udtryksformer som en central del af bladudviklingen

##### **Kompetencer**

- kan arbejde med og reflektere over konkrete værktøjer og koncepter, der kan styrke et eksisterende blads profil eller anvendes ved skabelsen af et helt nyt medlemsblad eller kundemagasin
- kan udvikle og planlægge en bladudgivelse så den bidrager til et styrket image for organisationen/ virksomheden

#### **Indhold**

På modulet præsenteres og diskuteres forudsætninger for at få succes med en bladudgivelse. Hvad kendetegner det gode kundemagasin eller medlemsblad? Hvordan

sikrer vi, at læserne har nytteværdi af bladet? Hvilke historier vil læserne gerne have i bladet? Målet er, at den studerende bliver i stand til at identificere målgrupper, samt til at udvikle og planlægge en bladudgivelse så den bidrager til et styrket image for organisationen/ virksomheden, ved at dens værdier afspejles i bladets form og indhold.

## Vf9) Projektstyring fra A til Z (5 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

- har viden om projektstyringens teorier, værktøjer og metoder
- har viden om nye teambaserede organisationsformer, nye roller og funktioner i den projektorienterede organisation

#### Færdigheder

- kan arbejde systematisk og målrettet med et projekt gennem alle dets faser fra idékvalificering, målformulering og udførelse
- kan forstå og anvende projektstyring i forbindelse med løsning af konkrete formidlingsopgaver

#### Kompetencer

- kan påtage sig ansvar for at planlægge, organisere og styre en afsat mængde ressourcer frem mod et fastlagt mål
- kan indgå i tværfaglige samarbejder og projekter og medvirke til at skabe dialog og sammenhæng mellem de forskellige fagligheder og kompetencer i en medie- og kommunikationsvirksomhed

#### Indhold

På modulet præsenteres den studerende for projektstyringens værktøjer og metoder samt projektlederens ansvar og rolle. Målet er, at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde systematisk og målrettet med et projekt gennem alle dets faser fra idékvalificering, målformulering og udførelse – til afslutning, aflevering og evaluering. Den studerende bliver i stand til at kunne påtage sig projektlederens ansvar og opgave med at planlægge, organisere og styre en afsat mængde ressourcer frem mod et fastlagt mål.

## Vf10) Procesledelse (5 ECTS)

### Læringsmål:

#### Viden:

Den studerende kan:

- demonstrere teoretisk indsigt i procesledelse
- demonstrere indsigt i praktisk proces- og projektledelse
- demonstrere indsigt i rammesætning af processer på mikro- såvel som på makroniveau

- reflektere over sammenhæng mellem gruppeorganisering og –dynamikker
- demonstrere indsigt i anerkendende tilgang til sociale processer
- demonstrere indsigt i forandringsledelse
- demonstrere indsigt i innovative processer
- demonstrere indsigt i meningsskabelse og fortolkningsledelse
- demonstrere indsigt i storytelling og narrativ terapi i organisationer
- demonstrere indsigt i coaching og andre samtalebasere værktøjer til at skabe afklaring
- demonstrere indsigt i betydningen af de kommunikative rammer
- demonstrere indsigt i mødeledelse
- demonstrere indsigt i iscenesættelse, herunder om roller, faser, formater og rekvisitter

### **Færdigheder**

Den studerende kan:

- kan arbejde strategisk med at designe og gennemføre gruppeprocesser
- kan skabe overblik over et projekts mange delprocesser
- kan samtænke iscenesættelse med roller, formater og rekvisitter i relation til formål og kontekst

### **Kompetencer:**

Den studerende kan:

- udvikle en strategi for en konkret social proces
- kan planlægge, facilitere og samle op på forskellige typer interaktioner som fx møder, konferencer og workshops
- kan indgå som facilitator i (tværfaglige) samarbejder og projekter og medvirke til at skabe relationer, dialog og sammenhæng mellem forskellige kompetencer og personlige baggrunde
- kortlægge kommunikationsarkitektur for et projekt eller en organisationer

### **Indhold**

Kurset handler om mental, strukturel og fysisk rammesætning af processer, hvor en gruppe mennesker skal flyttes fra A til B. Den studerende præsenteres for forskellige perspektiver på arbejdet med procesledelse – fra mikroperspektivet på samtaleniveau til makroperspektivet med fokus på procesdesign og projektledelse. Målet er, at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde strategisk, værdibaseret og videnskabsmæssigt velfunderet med at tilrettelægge og gennemføre hensigtsmæssige processer i relation til mål og mennesker.

## **Vf11) Innovation – fra brugerbehov til færdigt koncept (10 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

- har viden om centrale teori og metoder til idéudvikling og til at skabe innovation i virksomheder eller organisationer

- har viden om innovationsprocessens forskellige faser – fra løs ide til innovativt produkt

### **Færdigheder**

- kan arbejde strategisk, taktisk og operationelt med innovation
- kan overføre teoretiske indsigter til praktisk handling i forbindelse med innovativt projektarbejde
- kan lede og facilitere idéudvikling og innovationsprocesser i virksomheder eller organisationer

### **Kompetencer**

- kan selvstændigt og i samarbejde med andre skabe, udvikle og implementere idéer i egen virksomhed
- er i stand til at udvikle sin egen samt virksomhedens praksis omkring idéudvikling og innovation

### **Indhold**

Den studerende præsenteres for teori og metoder til at idéudvikle og skabe innovation i organisationen. Modulet giver den studerende en grundig indføring i innovationsprocessens forskellige aspekter, således at den studerende bliver i stand til at kunne arbejde strategisk, taktisk og operationelt med innovation. Formålet er at opruste den studerendes evne til at skabe og implementere idéer hjemme i egen medie- eller kommunikationsvirksomhed.

## **Vf12) Retorik – formidling der fænger (5 ECTS)**

### **Læringsmål**

#### **Viden**

Den studerende

- kender retorikkens historie i hovedtræk og forstår såvel den brede som den smalle definition af faget
- kender og forstår retorikkens kernebegreber
- kender og forstår de etiske aspekter af retorikken

#### **Færdigheder**

Den studerende kan

- analysere egne og andres argumenter
- identificere brugen af logos, etos og patos i en given tekst
- identificere topoi i en given tekst
- identificere klassiske stilfigurer i en given tekst

#### **Kompetencer**

Den studerende kan

- analysere en retorisk situation, han/hun kender, ved hjælp af fagets begreber
- udvælge de topoi, der passer til netop den retoriske situation
- bygge en passende tekst op under hensyntagen til netop den retoriske situation



## Indhold

Formålet er at give de studerende et begrebsapparat, som kan forbedre deres muligheder for at arbejde bevidst med persuasive tekster. Samt en vis øvelse i at bruge begreberne.

Modulet indfører de studerende i

- Retorikkens historie og felt
- Retorikkens etik
- Retorikkens centrale begreber, først og fremmest Logos-etos-patos, Topik, Persuasio, Aptum/Kairos, Den retoriske situation, Genreopdelingen, Apologia og Argumentation.

## Vf13) Digitale fortællinger – tablet og mobil (10 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende kan

- Demonstrere viden om forandringer og drivkræfter i det digitaliserede samfund, der definerer vilkårene for kommunikation i tiden
- Demonstrere kendskab til de nye håndholdte og stationære platforme og deres sameksistens med tv og papirmedierne
- Demonstrere viden om journalistiske metoder, genrer, visualisering og berettermodeller i teori og praksis og udtrykt i en relevant fagterminologi

#### Færdigheder

Den studerende kan

- Udarbejde et story board for e-publicering på web og håndholdte mobile medier som iPad og iPhone
- Analysere og planlægge versionering af journalistisk indhold til de forskellige digitale platforme
- Planlægge og gennemføre produktionen af en journalistisk multimediefortælling i rollen som fortællingens projektleder
- Bidrage til produktionen af en digital fortælling med ideer, indhold, tekst, fotos og enkle multimedie-elementer

#### Kompetencer

Den studerende kan

- Analysere og italesætte produktionsprocessen bag en digital fortælling og reflektere over virkemidler i forhold til et givent formål og en given målgruppe – brugernes behov og adfærd
- Vælge relevante journalistiske og visuelle udtryk, styre det narrative forløb og optimere brugen af multimedieelementerne video, soundslides, audio m.m.
- Sætte den digitale kommunikation og produktion ind i en samfundsmæssig kontekst baseret på viden om medieudviklingen, de sociale medier og de digitale platformes potentialer

## Indhold

Den studerende sættes gennem teori, ny viden og praktisk erfaring i stand til at italesætte, projektlede og aktivt bidrage til produktionen af en digital fortælling.

Modulet omhandler hele processen bag journalistiske multimedieproduktioner:

Konceptudvikling, indsamling af stof, produktion og offentliggørelse. Den studerende placeres i en rolle som fortællingens projektleder (story builder). Via identifikation af målgrupper, behov og formål og styret af et story board skal de studerende i grupper fremstille en journalistisk fortælling for web, iPad og iPhone.

## Vf14) Fortæl historien (10 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende har

- Viden om centrale begreber inden for narratologi og fortælleteori
- Viden om forskellige litterære og journalistiske fortællemodeller og struktureringsprincipper
- Viden om den fortællende journalistiks metoder til research- og interview
- Reflektere over den fortællende journalistiks særlige etiske krav

#### Færdigheder

Den studerende kan

- vælge den mest hensigtsmæssige fortælleform i forhold til formål, medie og målgruppe
- arbejde reflekteret med fortælle tekniske værktøjer som dialog, sceniske og panoramisk fremstilling samt fortællepositioner
- gennemføre research og interview, der skaber grundlag for fortællinger indeholdende scenisk fremstilling eller fremstilling af personers tanker og følelser.

#### Kompetencer

Den studerende kan

- Identificere og idéudvikle journalistiske historier, som egner sig til formidling som fortællende journalistik
- Begrunde valg og anvendelse af fortællemodel og struktureringsprincip ved udarbejdelse af forskellige typer af journalistiske fortællinger
- Forholde sig både teoretisk og praktisk til de etiske udfordringer, der stilles til den fortællende journalistik.

## Indhold

Den studerende lærer at anvende litteraturens fortælle teknikker i en journalistisk sammenhæng. Læsning af fortælle teori og narratologi samt analyser af både litterære og journalistiske fortællinger giver den studerende kendskab til forskellige fortællemodeller og fortælle tekniske greb. Den studerende lærer at arbejde bevidst med dialog, scenisk og panoramisk fremstilling, fortællersynsvinkler og måder at strukturere teksten på. Der

arbejdes på modulet med de særlige udfordringer til research- og interviewteknik, der stilles til den journalistiske fortælling. Desuden diskuteres de etiske overvejelser, der knytter sig til det at anvende fiktionens virkemidler til faktaformidling.

## Vf15) Forretningsorienteret kommunikation (5 ECTS)

### Læringsmål

#### Viden

Den studerende kan

- demonstrere viden om centrale teorier indenfor værdiskabende kommunikation
- demonstrere indsigt i kommunikationsarbejdets rolle i organisationen ud fra et helhedsorienteret perspektiv
- demonstrere viden om forretningsstrategi og de forretningsmæssige aspekter ved kommunikationsarbejdet

#### Færdigheder

Den studerende kan

- vurdere egen og andres kommunikationsmæssige performance i forhold til forretningsstrategi
- udvikle, gennemføre og præsentere målinger af effekten af kommunikationsarbejdet
- knytte kommunikationsstrategien sammen med forretningsstrategien med henblik på at skabe mest mulig værdi

#### Kompetencer

- Den studerende kan
- selvstændigt vurdere konkrete kommunikationsinitiativer – og finde alternativer til disse set i forhold til hvad der gavner forretningen
- udvikle egne kompetencemæssige styrker og svagheder ift. din organisations behov og forventninger
- vurdere, hvordan og hvor man som kommunikatør skaber mest værdi og imødekommer organisationens behov

**Indhold:** På modulet udvikles den studerendes mulighed at skabe værdi for egen organisation. Den studerende lærer at integrere kommunikationsarbejdet i forretningen og sørge for effektiv eksekvering af strategiske valg. Den studerende lærer at orientere sig ud fra et helhedsperspektiv fremfor at være fastlåst af den kommunikative værktøjskasse. Målet er at den studerende lærer at vurdere, hvordan og hvor kommunikationsarbejdet skaber mest værdi, dvs. hvor det forretningsmæssigt giver mening og i sidste ende bidrager til bundlinjen.

## Bilag 3 - oversigt over moduler og prøveform

Navn	ECTS	PRØVEFORM	BEDØMMELSE	TILRETTE - LÆGGELSE	HJÆLPE- MIDLER	Kommuni- kation	Analytisk Journalistik	Digital Journalistik	Visuel Journalistik
Bladudvikling	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Brandingsstrategi og kampagner	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Corporate Journalism	10	Skriftlig. Projekt opgave, 16 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Det kristiske interview	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Digitale fortællinger – tablet og mobil	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Obligatorisk
Formidling af forståelse og sammenhæng	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Formidlingsformer i den visuelle journalistik	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Forretningsorienteret kommunikation	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Forskningsformidling	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Fortæl historien	10	Skriftlig og mundtlig. Artikel og rapport, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Gransk dit sprog	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
I samspil med brugerne	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Innovation - fra brugerbehov til færdigt koncept	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Journalistik til nettet	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri
Kommunikation 2.0 - sociale medier	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikations- og PR-strategi	10	Skriftlig. Projekt opgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikationsledelse	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Kommunikationsplanlægning	10	Skriftlig. Bunden opgave, 10 sider.	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Krisekommunikation	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Lav dine egne undersøgelser	5	Skriftlig. Projekt opgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Levende billeder på web og mobile platforme	10	Skriftlig. Videoprodukt + projekt opgave, 10 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Mobile medier - fra strategi til løsning	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Mål resultatet af din kommunikation	10	Skriftlig og mundtlig. Projektopgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Perspektiv, viden og væsentlighed	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Portrættet - træng ind bag facaden (online)	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Procesledelse	5	Skriftlig og mundtlig. Synopsis, 2 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Projekstyring fra A til Z	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Retorik – formidling der fænger	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Rådgiverens gennemslagskraft	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Samfundsjournalistik (- fra velfærd til livsstil)	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Obligatorisk	Valgfri	Valgfri
Smart webstrategi	10	Skriftlig. Projektopgave, 10 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Spin og professionel politisk kommunikation	5	Skriftlig. Projektopgave, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Strategisk kommunikation i praksis 1	10	Skriftlig. Projektopgave, 16 sider	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 4	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri

Strategisk kommunikation i praksis 2	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 16 sider. Afsluttende mundtlig eksamen	Ekstern censur	Individuelt eller i grupper af max 4	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Styr sikkert på alle medier	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Sådan læser vi på web, print og tablets	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Visuel perception og betydningsdannelse	10	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 10 sider. Afsluttende mundtlig eksamen.	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Obligatorisk
Webformidling med video	5	Skriftlig. Videoprodukt samt refleksionsrapport, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Webjournalistik med billeder og lyd	5	Skriftlig. Billed-lydprodukt samt refleksionsrapport, 5 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Weblevelse	5	Skriftlig og mundtlig. Projekt opgave, 5 sider. Afsluttende mundtlig eksamen	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri
Webvideo i virksomhedens kommunikation	10	Skriftlig. Projekt opgave med videoprodukt, 12 sider	Intern censur	Individuelt eller i grupper af max 2	Alle	Valgfri	Valgfri	Valgfri	Valgfri