



ORG 9980 Organizational and Managerial Communication

Studium

Diplommarkedsførerstudiet - Markedsføring internasjonalisering og ledelse (3. år), Diplommarkedsførerstudiet - Markedskommunikasjon (3. år), Exchange Program

Kursansvarlig

Peggy Simcic Brønn

Institutt

Markedsføring

Semester

Heltid: Høst

Vekttall

2

Mål

Markedsføring har en tendens til å fokusere på kunden og på å maksimere overskuddet. Mens kunder er avgjørende for en organisasjons økonomiske helse så viser nye trender og fremveksten av interessenttilnærmingen at det å unnlate å ta hensyn til andre viktige interessentgrupper kan ha en negativ virkning på bedriftens image og dermed også på overskuddet.

Kurset bygger på premisset om at all informasjon om en organisasjon kommuniserer et budskap. Det er derfor helt avgjørende for fremtidige ledere å forstå kompleksiteten til organisasjonens totale kommunikasjonsmiljø og deres ulike kommunikasjonsroller i dette miljøet, enten det er i den private, offentlige eller frivillige sektor samt både eksternt og internt i organisasjonen.

Dette kurset er laget for alle studenter som studerer økonomi og ledelse. Kursets mål er derfor å 1) gi studenter en forståelse av de ulike kreftene og interessentene som kan virke inn på en organisasjon og dens image, 2) å understreke betydningen av en integrert tilnærming til bedriftens kommunikasjon, hvis organisasjonen ønsker å kommunisere effektivt. 3) å gi studentene en forståelse av hvilke kommunikasjonssevner som er nødvendige for å bli en god leder. Hovedinnholdet i kurset er bedriftens merkevarebygging, dvs. organisasjonsideen som et produkt.

Forkunnskaper

Ingen spesielle forkunnskaper kreves. Kurset kan undervises på engelsk på noen skoler.

Obligatorisk litteratur

Brønn, P. S. and R. Wiig, eds. 2002. *Corporate Communication: A Strategic Approach to Building Reputation*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Articles handed out in class or available on www.bi.no/users/fgl96053

Anbefalt litteratur

Stone, D., B. Patton and S. Heen. 2000. *Difficult conversations*. London: Penguin Books.

Argyris, Chris. 1990. *Overcoming organizational defenses: facilitating organizational learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Levine, R., C. Locke, D. Searls and D. Weinberger. 2000. *The cluetrain manifesto: the end of business as usual*. Cambridge, Mass.: Perseus Books.

Emneoversikt

Bedriftens strategi og bedriftens kommunikasjon
Å forstå bedriftens kommunikasjon

Interessenttilnærmingen
Kommunikasjonsmodeller
Mellommenneskelig kommunikasjon og organisasjonslæring
Bedriftens merkevarebygging - image og identitet
Lederen og organisasjonens kommunikasjon
Lederen og ledelsens kommunikasjon
Lederen og markedskommunikasjon
Integrert kommunikasjon - integrert markedskommunikasjon
Barrierer for integrert kommunikasjon
Saksorganisering og miljøvurdering
Bedriftens merkevarebyggingstrategi
Etiske hensyn
Internmarkedsføring
Krisehåndtering
Ledere og media

Dataverktøy

Gjennomføring

Kurset omfatter totalt 36 timer forelesninger.

Eksamen

- En 20-siders prosjektoppgave teller 100% av den endelige karakteren. Intern og ekstern sensor.
- En 1-times bestått/ikke bestått kontrolleksamen avholdes i løpet av den vanlige eksamensperioden. Den må bestås for å bestå kurset. En intern sensor.

Eksamenskode(r)

ORG 99803 Organizational and Managerial Communication - prosjektoppgave som teller 100% av karakteren i ORG 9980, 2 vekttall.

ORG 99804 - 1-times bestått/ikke bestått kontrolleksamen avholdes i løpet av eksamensperioden og som må være bestått for å kunne bestå kurset. En intern sensor.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt på prosjektoppgaven. Norsk-engelsk ordbok er tillatt på kontrolleksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste gjennomføringen av kurset.