



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

MRK 9710 Medier og kommunikasjon

Studium

Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i kultur og ledelse (1. år), Bachelorstudiet i markedsføring (1. år), Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (1. år), Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (1. år), Bachelorstudiet i reiselivsledelse (1. år), Årsenhet i markedsøkonomi

Kursansvarlig

Tor Bang

Institutt

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Mål

Kurset skal gi studentene en grunnleggende innføring i og forståelse for hvordan media fungerer og hvordan de utøver sin rolle i samfunnet. Studentene skal lære teorier om kommunikasjon, med vekt på massekommunikasjon. Videre vil studentene bli gitt en gjennomgang av den historiske utvikling av mediene, mediestrukturen i Norge og internasjonalt, samt innhold i mediene og medienes virkninger på mediekanalene TV, radio, aviser, film og internett. Studentene skal lære om samspillet mellom næringslivet og mediene, for bevisstgjøring av hvordan næringslivsledere bedre kan samspille med mediene for å nå sine mål. Kurset vil gi forståelse av hvordan nye medier omskaper den kommunikative virkeligheten for individet, bedriftene og samfunnet. Studentene vil også lære å skrive fagoppgaver som del av kurset.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bang, Tor. 2006. Makt og spinn i mediene. Oslo: Abstrakt forlag

Lippe, Berit von der, red. 2006. Medier, politikk og samfunn. 5. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag

Anbefalt litteratur

Bøker:

Allern, Sigurd. 2001. Flokkdyr på Løvebakken. Oslo: Pax forlag

DeFleur, Melvin L. og Everett E. Dennis. 1998. Understanding mass communication. 6th ed.

Boston, Mass.: Houghton Mifflin Company. For engelskspråklige

Helgesen, Thorolf og Terje Gaustad. 2002. Medieøkonomi : strategier, markedsføring, medierettigheter. Nesbyen: Stølen

Johansen, Anders. 2002. Talerens troverdighet. Oslo. Universitetsforlaget

Mattelart, Armand og Michele Mattelart. 1998. Theories of communication: a short introduction. London : Sage

Emneoversikt

- Innføring i kommunikasjonsteorier
- Mediehistorikk og medieutvikling
- Mediestructur, i Norge og internasjonalt
- Mediekanaler: TV, radio, aviser/skriftlige medier, film
- Nye medier/ internett/data
- Mediepåvirkning, reklame og informasjon/PR

- Effektforskning, innholdsanalyse
- Medier, politikk og samfunn
- Om å skrive fagoppgaver

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset, men studentene må ha tilgang til dataverktøy under eksamen.

Gjennomføring

Heltid og deltid

Kurset gjennomføres med 36 kurstimer med forelesninger. Gruppearbeid, selvstudier og presentasjon av gruppearbeide inkluderes.

Nettstudier

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved BI Nettstudier benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett, med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset avsluttes med en 72 timers hjemmeeksamen som kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre -3 studenter.

Eksamenskode(r)

MRK 97101 Medier og kommunikasjon - Hjemmeeksamen, eksamen teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9710, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjon avholdes hvert semester.