



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2009/2010

MRK 3405 Kommunikasjonsatferd

Studium

Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (1. år)

Kursansvarlig

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Vi ser stadig oftere eksempler på at effektiv kommunikasjon spiller en viktig rolle i en virksomhets overlevelse og vekst. Like ofte ser vi at bedriftens kommunikasjonsadferd påvirker eller skaper oppfattelsen av varer og tjenester i markedet. Derfor har også kommunikasjon blitt en kjerneoppgave i de fleste bedrifter, enten du ønsker å skape merkekjennskap, kjøpsintensjon eller utvikle og innrette den totale markedsleveransen etter hvordan man ønsker å bli oppfattet.

Læringsmål

Kunnskapsmål:

Etter endt kurs skal studentene kunne forklare sentrale begreper og modeller og redegjøre for viktige verktøy som brukes i en virksomhets kommunikasjon med omgivelsene. Dette innebærer kunnskap innen følgende hovedområder:

- Ha utviklet evne til å analysere organisasjoners omverdensforståelse
- Ha kjennskap til de ulike aktørene i mediebransjen, dets roller, kjennetegn og arbeidsmetoder
- Ha kjennskap til grunnprinsipper for effektiv og integrert markedskommunikasjon
- Ha grunnleggende forståelse for at et nytt og fragmentert medielandskap stiller nye krav til effektive kommunikasjons- og markedsføringsprosesser
- Ha innledende kjennskap til nye markedskanaler for profilbyggende og kjøpsutløsende aktiviteter
- Ha grunnleggende forståelse for at omverdens oppfattelse av varer og tjenester i økende grad bestemmes av etisk standard og samfunnsansvar

Ferdighetsmål:

Etter endt kurs skal studentene kunne anvende tilegnet kunnskap i arbeidet med å lage systemer for virksomhetens kommunikasjon med omgivelsene. Dette innebærer ferdigheter knyttet til:

- Innsamling og bearbeiding av informasjon om eksterne stakeholders
- Kunne redegjøre for de ulike aktørene i mediebransjen og samspillet dem imellom
- Kunne bidra i arbeidet med planlegging og gjennomføring av integrerte og enhetlige kommunikasjonsprosesser
- Demonstrere evne til nytenkning i forhold til valg av kommunikasjonskanaler, og finne frem til hvilke mediekkanaler og kombinasjoner av kontaktpunkter som på best mulig måte når den målgruppen bedriften ønsker å nå
- Kunne benytte metoder og verktøy for å dyrke frem kommunikasjonskonsepter med salgsutløsende og profilerende fokus
- Kunne se sammenhenger mellom etikk og samfunnsansvar og merkets identitet, posisjon, og lønnsomhet

Holdningsmål:

Etter endt kurs skal studentene kunne stille kritiske spørsmål til og reflektere over betydningen av at kommunikasjon skal bidra til å bygge tillitt og troverdighet i relasjon til omgivelsene

Forkunnskaper

Ingen.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Clow, Kenneth E. & Donald Baack. 2009. Integrated Advertising, promotion and marketing communication. 4th ed. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall. Utvalgte kapitler
Dan O'Hair and Gustav W. Friedrich and Lynda D. Dixon. 2008. Strategic communication in Business and Professions. Pearson
Kitchen, Phillip J.. 2008. Integrated marketing communication. a primer. Routledge. hele boken

Anbefalt litteratur

Bøker:

Apeland, Nils M. 2007. Det gode selskap : omdømmebygging i praksis. Høvik : Hippocampus

Emneoversikt

- Kommunikasjonsprosess, teori, modeller og begreper
- Kommunikasjon som strategi- markedsførings- og ledelsesverktøy
- Omverdensforståelse
- Aktørene i mediebransjen og samspillet dem imellom
- Nye medievaner og trender – hvordan holde tritt med et marked i kontinuerlig endring
- Grunnprinsipper for integrert markedskommunikasjon i et nytt og fragmentert medielandskap
 - reklame
 - sales promotion
 - direktemarkedsføring
 - markedsførings- PR
 - relasjonsmarkedsføring
 - sponning
 - digitale/sosiale medier
- Omdømmestyring av merkevaren
- Etikk og samfunnsansvar

Dataverktøy

Tilgang til internett.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres som prosessundervisning over 45 timer, fordelt på klasseromsundervisning, individuelle oppgaver, gruppearbeid, individuell/felles veiledning. Kurset er praktisk-teoretisk i den forstand at mye av teorien prøves direkte ut i praksis. Studentene følger en bedrift eller organisasjon gjennom hele semesteret og utfordres på kommunikasjonsoppgaver bedriften har, og hvordan disse løses ved bruk av ulike kommunikasjonsvirkemidler.

Studentene skal i løpet av kurset gjennomføre åtte ulike oppgaver, hvor besvarelsene oppbevares i egne elektroniske mapper. Studentene har med andre ord gjennom hele kurset en aktiv rolle i å samle dokumentasjon som viser innsats, fremskritt og prestasjoner.

Mappen skal inneholde:

- Konkretiserte læringsmål
- Mappearbeidene
- Gjensidig studentveiledning
- Selvrefleksjonsnotater over faglige problemstillinger og egen læringsprosess

Produsert materiale vurderes jevnlig gjennom hele semesteret, men karaktersettes ikke.

Tilbakemeldinger på studentenes oppgaver underveis i kurset skjer på følgende måter:

I forelesningene vil studentene få beskjed om hvilke oppgaver som skal løses til neste forelesning.

Foreleser vil gjennomgå et utvalg av disse i timene. Studentene vil få tilbakemelding ved at de selv sammenholder egen løsning mot den som blir gjennomgått.

Studentene har et gjensidig ansvar for å vurdere medstudenters oppgaver i henhold til vurderingskriterier gitt av foreleser

Kurset avsluttes ved at studentene skal velge ut fem arbeider fra den elektroniske mappen, skrive ut disse og levere dem for sensur. Det skal knyttes refleksjon til arbeids- og utvelgelsesprosessene.

Studentene har mulighet til å jobbe videre med samtlige oppgaver frem mot endelig innlevering i slutten av kurset.

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	45
Foreberedelse til forelesningene	28
Oppgaveløsning og gruppearbeid	61
Kollokvier og medstudentveiledning	26
Selvstudium/lese litteratur/eksamensforberedelser	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

Forelesninger inkludert tilbakemelding på oppgaver (Inkluderes i forelesningene) : 45 timer

Eksamen

Karakter i kurset baserer seg på at studentene skriver ut og leverer fem arbeider fra den elektroniske mappen. Under punktet "Læreprosess og tidsbruk" er det forklart hvordan arbeidet med mappen skal foregå.

Eksamenskode(r)

MRK 34051 - Mappevurdering, teller 100 % for å oppnå karakter i kurset MRK 3405
Kommunikasjonsatferd, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt ifm oppgavene som skal gjennomføres i kurset.

Kontinuasjon

Kontinuasjon avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Ved kontinuasjon må alle komponentene i kurset tas på nytt.

Tilleggsinformasjon