



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2012/2013

MRK 3405 Kommunikasjonsatferd

Studium

Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (1. år)

Kursansvarlig

Morten William Knudsen, Morten Erichsen

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Høst

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Vi ser stadig oftere eksempler på at kommunikasjon spiller en viktig rolle i en virksomhets overlevelse og vekst. Like ofte ser vi at bedriftens totale kommunikasjon påvirker eller skaper oppfattelsen av varer og tjenester i markedet og omdømmet. Derfor har også integrert markedskommunikasjon 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 ha forståelse for at integrert kommunikasjonsarbeid bidrar til at virksomheten når sine mål gjennom å skape relasjoner til aktører som influerer på virksomhetens vilkår. Dette innebærer kunnskap innen følgende hovedområder:

- Kjenne til metoder for å kartlegge og analysere virksomhetens interne og eksterne kommunikasjonsutfordringer
- 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 integrerte kommunikasjons- og markedsføringsprosesser
- 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 virksomhetens interne og eksterne interessenter
- Kunne vurdere de ulike aktørene i mediebransjen og samspillet dem imellom
- Kunne bidra i arbeidet med planlegging og gjennomføring av integrerte og markedskommunikasjonsprosesser
- 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, organisasjonens identitet, merkets 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:

Riel, Cees B. M. van Formbrun, Charles and Charles J. Formbrun. 2007. Essentials of corporate communication : implementing practices for effective reputation management. Routledge

Artikkelsamling:

Erichsen, Morten & Knudsen, Morten William. 2012. Artikkelsamling til MRK 3405 Kommunikasjonsatferd. Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Bøker:

Apeland, Nils M. 2010. Det gode selskap : omdømmebygging i praksis. 2. utg. Hippocampus

Emneoversikt

- Kommunikasjon i et ledelses- og relasjonsperspektiv
- Merkevarebygging på organisasjonsnivå
- Forståelse for og innsikt i virksomhetens omgivelser
- Aktørene i mediebransjen og samspillet dem imellom
- Grunnprinsipper for integrert markedskommunikasjon
- Mediekanaler og mediemix :
- Medienes rolle og påvirkning
- Kommunikasjon, etikk og samfunnsansvar

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres som prosessundervisning med klasseromsundervisning, individuelle oppgaver, gruppearbeid, individuell- og felles veiledning. Tidbruk fordeler seg som følger:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisningen I	30
Deltagelse i undervisningen II (felles veiledning)	6
Forberedelser til forelesning/lese litteratur	84
Oppgaveløsning	80
Anbefalt tidsbruk totalt	200

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 fem ulike oppgaver. Besvarelsene samles i elektroniske mapper på It' Learning. Studentene har gjennom hele kurset en aktiv rolle i å samle dokumentasjon som viser innsats, fremskritt og prestasjoner.

Mappen skal inneholde

- 4 oppgaver
- Selvrefleksjonsnotater over faglige problemstillinger og egen læringsprosess
- Medstudentevaluering på en oppgave

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. Foreleser vil gi individuell veiledning i forbindelse med innlevering av endelig mappe avslutningsvis i kurset.

Kurset avsluttes ved at studentene skal velge ut fire arbeider fra den elektroniske mappen på It's Learning, skrive ut disse og levere dem for sensur. Det skal knyttes refleksjon til arbeids- og utvelgelsesprosessene som også skal leveres inn, i tillegg til de fire utvalgte oppgavene. Studentene har mulighet til å jobbe videre med samtlige oppgaver frem mot endelig innlevering i slutten av kurset.

Ressursbruk

30 timer - Forelesninger
6 timer - veiledning i klasserom
9 timer - Individuell veiledning
45 timer totalt

Eksamen

Karakter i kurset baserer seg på at studentene skriver ut og leverer fire arbeider fra de elektroniske mappene på IT's learning. Studentene skal også levere inn en medstudentrespons samt en egnevaluering. 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
Kommunikasjonsferd, 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.

Tilleggsinformasjon