



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2013/2014

ELE 3705 Reputation and Corporate Communication

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Peggy S Brønn

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Engelsk

Innledning

Læringsmål

Forkunnskaper

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Roper, Stuart, Chris Fill. 2012. Corporate reputation : brand and communication. Pearson

Annet:

Articles available on its learning

Anbefalt litteratur

Bøker:

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

Brønn, Peggy Simcic og Øyvind Ihlen. 2009. Åpen eller innadvendt : omdømmebygging for organisasjoner.

Gyldendal akademisk. For use with Norwegian lecturing

Cornelissen, Joep. 2011. Corporate communication : a guide to theory and practice. 3rd ed. SAGE

Hatch, Mary Jo and Majken Schultz, eds. 2004. Organizational identity : a reader. Oxford University Press

Hatch, Mary Jo, Majken Schultz. 2008. Taking brand initiative : how companies can align strategy, culture, and identity through corporate branding. Jossey-Bass

Martin, Graeme and Susan Hetrick. 2006. Corporate reputations, branding, and managing : a strategic approach to HR. Elsevier/Butterworth-Heinemann

Emneoversikt

Dataverktøy

Læreprosess og tidsbruk

Ressursbruk

Eksamen

Eksamenskode(r)

Hjelpemidler til eksamen

Kontinuasjon

Tilleggsinformasjon