

Godkendt HBW 18.01.2022

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Kommunikationsuddannelsen

Fagbeskrivelse

Foråret 2022

Kampagneplanlægning og evaluering

4. semester

Varighed: 10 ECTS

Faget kampagneplanlægning og evaluering bygger videre på tidligere fags introduktion til teoretiske og praktiske aspekter af arbejdet med forståelse af målgrupper, udarbejdelse af kommunikationsstrategi samt anvendelse af samfundsvidenskabelig og journalistisk metode i dataindsamling og research.

Formål:

Den studerende skal opnå kompetence til at planlægge kampagner, hvor en given afsender har et sigte om at påvirke relevante målgrupper inden for et afgrænset tidsrum hen i mod ny viden, holdning eller adfærd, som kan have en social, politisk eller kommerciel dimension.

Den studerende skal opnå viden om karakteristika ved dagsordensættende og overtalende kommunikation samt teori om forandrings- og innovationsprocesser på individ- og gruppeniveau. Den studerende skal opnå færdighed i at anvende metoder til at gennemføre planlægning af kampagner; fra analyse af beslutningsgrundlaget til udvikling af strategi samt handleplan, herunder plan for evaluering af indsatsen. Endvidere skal den studerende udvikle kompetence til selvstændigt at omsætte en virkelighedsnær problemstilling, gerne i samarbejde med en ekstern rekvirent, til relevante kampagneløsninger og evalueringsplaner, der er analytisk og teoretisk funderede samt kan begrundes etisk og pragmatisk. Endelig skal den studerende udvikle færdigheder i at samarbejde, at give og modtage feedback samt at forholde sig kritisk reflekterende til arbejdsproces.

16.11.2023

Side 1 / 3

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Overordnet set skal forløbet fremme den studerendes kobling af teoretisk stof til praktiske handlinger. Forløbet drejer sig om at den studerende omsætter og operationaliserer abstrakte principper, modeller, metoder og teorier til konkrete løsninger, der har sandsynlighed for at kunne fungere i en specifik kontekst. Forløbet lægger op til at dyrke de studerendes evne til i samarbejde med andre at forholde sig selvstændigt, kritisk og argumenterende. Således sigter forløbet mod at fremme en reflektiv praksislæring.

Undervisningen organiseres i to forløb:

- Det første forløb er organiseret som holdundervisning og foregår gennem en vekselvirkning mellem oplæg, opgaver, fremlæggelser og refleksion.
- Det andet forløb er organiseret om gruppearbejde, der tager udgangspunkt i en virkelighedsnær case, gerne i samarbejde med en ekstern rekvirent. Projektet danner afsæt for eksamen – se afsnit om prøveform.

Redskaber:

Forløbet forudsætter anskaffelse af litteratur samt anvendelse af computer med gængse tekstbehandlings-, layout-, billed- og filmredigeringsprogrammer.

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om at:

- Karakterisere og forstå begrænsninger og muligheder for kampagner som eksempel på dagsordensættende kommunikation.
- Sætte teoretisk indsigt om individer og gruppers forandringsprocesser i sammenhæng med kommunikative målsætninger for en kampagne.
- Afgrænse, differentiere og segmentere målgrupper på baggrund af data og anvende nuancerede begreber herom.

De studerende skal opnå færdigheder i at:

- Identificere og begrunde de argumenter, appelformer, medier og formidlere, der har potentiale for at påvirke den pågældende gruppes viden, holdninger og handlinger. Dette skal kunne begrundes i målgruppeindsigt.
- Omsætte teoretisk indsigt om målgrupper; individer og gruppers forandrings- og innovationsprocesser til relevante og etisk forsvarlige kommunikationsløsninger i kampagner.
- Udvikle og diskutere tidligere lærte pointer om processen for udarbejdelse af en kommunikationsstrategi.
- Udpege og diskutere relevante parametre for måling af kampagners effekt
- Udarbejde og diskutere evalueringsplaner for en kampagne (men ikke gennemføre evalueringen).

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Bringe viden og færdigheder om kampagneplanlægning (ovenstående læringsmål) i spil i løsningen af en problemstilling fra praksis.
- Kunne tage ansvar for samarbejdet i en projektgruppe, hvor samarbejdssituationen er præget af en dynamisk og iterativ proces.
- Kunne tage ansvar for at give og modtage feedback samt forholde sig kritisk reflekterende til gruppens arbejdsproces.

16.11.2023

Side 2 / 3

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

- Münster, Morten (2017): Jytte fra Marketing er desværre gået for i dag, Gyldendal Business
- Sepstrup, Preben & Øe, Pernille Fruensgaard (2011): Tilrettelæggelse af information – kommunikations- og kampagneplanlægning, Academica, 4. udgave

Litteratur - udleveres:

- Hansen, Pelle Guldborg (2017): Hvad er Nudging? Fra Aarestrup, Simon Carøe, Moesgaard, Frederik og Schuldt-Jensen, Johannes (2017): Nudging på hospitalet, iNudge
- Juel, Henrik (2011): Argumentation og model – en opdatering af Toulmins model på dansk, i Juel, Henrik (red.): Hvor er pointen? Handelshøjskolen Forlag, p. 13-43
- Kahneman, Daniel (2013): At tænke hurtigt og langsomt, Lindhardt og Ringhof, p. 27-39
- Palm, Lars (2006): Kommunikationsplanering, Målanalys, Studentlitteratur, p. 23-27
- Poulsen, Jørgen (1996): Informationskampagner, Mediekultur 24
- Rice, Ronald E. & Atkin, Charles K. (2013): Public Communication Campaigns, Sage, Fourth Edition, p. 177-187
- Windahl, Sven & Signitzer, Benno (2009): Using Communication Theory, Sage, Second Edition, p. 15-22, p. 78-93

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning – fremgår af undervisningsplanen. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform:

Forløbet bedømmes efter 7-trinsskalaen, ekstern censur. For at deltage i forløbets afsluttende eksamen skal forløbets øvrige opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Forløbet afsluttes med en projektopgave, der udarbejdes i grupper af 3-4 studerende. Projektopgaven munder ud i en skriftlig rapport, og der eksamineres med udgangspunkt i det skriftlige samt det til faget tilknyttede pensum. Eksamen foregår mundtligt i grupper og består af præsentation, spørgsmål og dialog. Eksamen bedømmes ved en 40 minutters mundtlig eksamen inkl. votering ved 3 studerende (45 minutters mundtlig eksamen inkl. votering ved 4 studerende), hvor det skriftlige og mundtlige bedømmes ved en helhedsvurdering. Der gives en individuel bedømmelse.

Studieaktivitetsmodel:

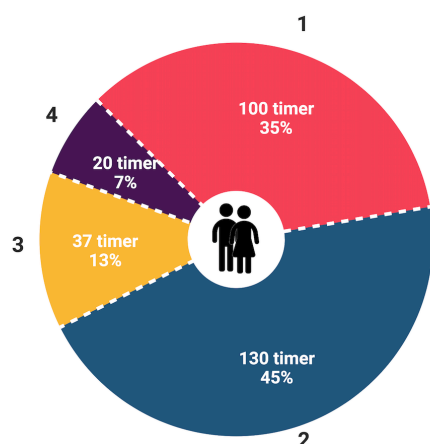
De studerendes studiebelastning i forhold til de fire aspekter; skemalagte aktiviteter, opgaver og projekter, selvstudium og forberedelse samt andre studierelaterede aktiviteter fordeler sig sådan:

16.11.2023

Side 3 / 3

Studieaktivitetsmodellen**Kampagneplanlægning og evaluering**

287 timer i alt
10 ECTS points

**Kategori 1**

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og undervisere deltager.

Faglige oplæg
Øvelser
Dialog og refleksion
Feedback
Vejledning
Eksamen

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Ugeopgaver
Projektopgave
Læse litteratur

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Peer feedback
Valgfri litteratur
Dygtiggørelse
Research

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og undervisere deltager.

Præsentationer