

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Forår 2018

Krise- og forandringskommunikation (Internationalt semester)

5. semester

Varighed: 9 uger (15 ECTS)

Formål

Den studerende skal tilegne sig viden om kommunikationsteorier og -discipliner, som benyttes til de særlige udfordringer organisationer møder i en foranderlig, kritisk og global virkelighed. Med henblik på at forebygge, genoprette og opbygge interessenteres tillid til organisationer og brancher vil den studerende opnå viden, færdigheder og kompetencer i at benytte analyseværktøjer samt taktiske og strategiske løsningsmodeller inden for kommunikationsdisciplinerne interkulturel kommunikation, issues management, krisekommunikation, CSR og forandrings-kommunikation. Endelig skal den studerende udvikle brancheforståelse, færdigheder i at samarbejde, give og modtage feedback som forholde sig kritisk reflekterende til produkt og proces

Metoder

Forelæsninger, gruppearbejde, cases, gæsteforelæsninger, skriftlige opgaver, gensidig feedback, vejledning, selvstændigt arbejde, fremlæggelse, diskussion, læsning af pensum.

Redskaber

Sociologiske kulturanalyser og teorier, metoder og værktøjer til stakeholder- og issuesanalyser, CSR og krise teorier samt teorier om forandringskommunikation.

Læringsmål

Efter forløbet skal den studerende

- kende og forstå centrale kulturanalyser og interkulturelle udfordringer
- kunne gennemføre en stakeholder- og issuesanalyse
- kunne identificere og bruge forskellige CSR-strategier
- have forståelse for kompleksiteten i håndtering af kriser
- kunne planlægge og have forståelse for organisatoriske forandringer
- øget brancheforståelsen generelt
- styrket rådgiverrollen
- kunne samarbejde, give og modtage feedback samt forholde sig kritisk reflekterende til egen og gruppens arbejdsproces.

Litteratur:

Obligatorisk:

Maureen Guirdham (2011): Communicating across Cultures at Work - Chapter 2; "Cultural Differences and Work"; page 42 – 61.

Cheney et Al (2011): Organizational Communication in an age of Globalization – Chapter 13 -"Communication in Global and Multicultural Contexts"; page 393-421

Møllerskov, Helen Duus (2016): Intercultural competencies – Chapter 3 – "Teachers"; page 47-66

Joep Cornelissen (2014): Corporate Communication – A guide to Theory and Practice – Chapter 10; "Issues Management"; page 180-197.

W. Timothy Coombs (2015): Ongoing Crisis Communication – Planning, Managing and Responding – Chapter 3; "Proactive Management Functions and Crisis Management; page 31-40

Heath, Robert L. & Palenchar, Michael J.(2009): Strategic Issues Management – Chapter 4 – "Corporate Social Responsibility"; page 126-156

Mette Morsing & Suzanne C. Beckmann et AL. (2006): Strategic CSR Communication – Chapter 6; "Stakeholder Communication Strategies"; page 136-156.

Jana Costas & Dan Kärreman: Article (2013): "Conscience as control – managing employees through CSR"; page 394-411

W. Timothy Coombs (2015): Ongoing Crisis Communication – Planning, Managing and Responding – Chapter 8; "Crisis response"; 129 – 150

Majken Schultz et AL (2005): Corporate Branding – Chapter 4; "A Communal Approach to Corporate Branding"; page 79-99

FitzPatrick & Valskov (2014): Internal Communications – A manual for practitioners: Chapter 6 & 9; page 91-99 & 168-187

Klein, Stuart M. (1996): "A management communication strategy for change" page 32-44

Kotter, John P. (1995): "Leading Change - Why transformation efforts fail", page 59-67

Tekster – udleveres

Diverse tekster og hjemmesider (følger snarest)

Prøveform

Forløbet bedømmes efter 7-trinsskalaen, intern censur. Den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt i både undervisning, gruppearbejde og projekt-/modulafslutninger. Forløbet udprøves gennem et antal opgaver, der udarbejdes i grupper af 3-4 studerende. Der gives én bedømmelse af de samlede afleverede opgaver på baggrund af en helhedsvurdering.

Studieaktivitetsmodel

