

**Danmarks Medie- og Journalisthøjskole**  
**Kommunikationsuddannelsen**  
**Fagbeskrivelse**  
**Forår 2021**

## **1. semester**

### **Kommunikationsprocesser**

**Varighed:** 6 uger (10 ECTS)

Faget Kommunikationsprocesser er tæt forbundet med faget Organisationsteori, fordi det trækker tråde til de rammer og vilkår, en organisation fungerer under og de udtryksmuligheder, der følger heraf. Faget er ligeledes forbundet med Journalistisk metode ved at bringe dette fags metoder for research og vinkling i spil. Kommunikationsprocesser er et fundament for forløbene Kommunikationsstrategi, Kampagneplanlægning og -evaluering og Krise- og forandringskommunikation ved at introducere til grundlæggende kommunikationsteoretiske vinkler på organisationskommunikation og tekstforståelse.

#### **Formål**

Den studerende skal tilegne sig viden om kommunikationsteoriens historiske udvikling. Endvidere vil undervisningen introducere til forskellige kommunikationsmodeller, deres udvikling og relevans i specifikke sammenhænge. Den studerende skal opnå færdigheder i at analysere kommunikationsprocesser og –tekster, som den studerende skal kunne anvende til at diskutere og argumentere for rammerne for hensigtsmæssig kommunikation.

Tekstbegrebet forstås i denne sammenhæng bredt og kan tage udgangspunkt i organisationers eksterne og interne kommunikationsmateriale, såsom fx strategier, pressemeddelelser, hjemmesider, nyhedsbreve, memoer, videomateriale over formelle samtaler i organisationer til Facebook-opdateringer. Den studerende skal i analysen heraf demonstrere forståelse for centrale kommunikationsbegreber som afsender, modtager, budskab, genre og kode samt hvilke særlige forhold, der gør sig gældende i de forskellige kommunikationsprocesser og –situationer. Den studerende vil i forlængelse heraf herudover opnå færdigheder i at kunne analysere og argumentere for valg af kommunikationsmetode i givne sammenhænge.

#### **Metoder**

Undervisningen er organiseret dels som skemalagt undervisning, hvor der veksles mellem forelæsninger, oplæg, øvelser og refleksioner, dels gennem opgaver og projektarbejde, som de studerende løser i studiegrupper. Der vil være mulighed for projektbaseret samarbejde med semestrets øvrige fag. Den afsluttende opgave er tilrettelagt som en tværfaglig opgave, hvor der skal inddrages viden og færdigheder fra både Kommunikationsprocesser og Organisationsteori.

#### **Læringsmål**

Den studerende skal tilegne sig:

Viden:

- Om den kommunikationsteoretiske udviklingshistorie med henblik på at kunne forklare, hvordan og hvorfor denne har forandret kommunikationens arbejdsområder.
- Om sammenhænge mellem historiske positioner i kommunikationsteorien til forskellige syn på modtagerne og effektmuligheder.
- Om kommunikationsmodeller, hvilke områder af kommunikationsteorien de særligt belyser, og hvordan de kan anvendes i analysen af kommunikative problemstillinger.
- Om nyere tilgange til at arbejde med kommunikationsprocesser, f.eks. gennem branding
- Om interne kommunikationsprocesser og forskellige genrer i organisationskommunikation

## Færdigheder:

- Kunne anvende kommunikationsteoretiske begreber med henblik på at kunne analysere og argumentere for det/den kommunikative formål og genre og i forlængelse heraf kunne diskutere hensigtsmæssigheden af eventuelle retoriske, lingvistiske og visuelle valg mv.
- Kunne diskutere, analysere og argumentere for valg af kommunikationsformer og -midler.
- Kunne diskutere rammerne for hensigtsmæssig kommunikation (i lyset af organisatoriske vilkår og rammer).

## Kompetencer:

- Kunne identificere forskellige kommunikationsmodeller og forstå, hvad de betyder for kommunikationen
- Kunne skelne mellem tre forskellige paradigmer i organisationskommunikation

## Litteratur (Med forbehold for ændringer)

### Artikler mv. (kan downloades på It's Learning – **må ikke deles med tredjemand**):

- Aggerholm et al. (2020): *Intern Kommunikation under forandring*. Samfundslitteratur.
- Andersen (2011): *Forstå Forbrugerne*. Samfundslitteratur (s. 179-193 og s. 207-221).
- Andersen & Jørnø (2020): *Kommunikation i praksis*, 2. udgave. Samfundslitteratur (s. 15-25, s. 27-39 og s.129-152).
- Brandtzaeg & Heim (2011): A typology of social networking sites users. *International Journal of Web Based Communities*, 7(1), 28-51.
- Eiberg, Just, Karsholt & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 77-92 og 93-107).
- Esmann Andersen & Antorini (2013): *Brand Management – Teoretisk Introduktion*. I Eiberg, Just, Karsholt & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 77-92).
- Frandsen & Johansen (2016): *Organizational Crisis Communication*. Sage (s. 148-158).
- Friis, Nanna (2019): Kap 5. Sprog og formidling. I Rose & Christiansen: *Online Kommunikation – en introduktion*. Hans Reitzels Forlag (s. 197-232).
- Guldbrandsen & Just (2016): *Strategizing Communication*. Samfundslitteratur (s. 91-124 og 161-181).
- Hansen, H. (2012): *Branding: Teorier, modeller, analyse*. Samfundslitteratur (s. 19-69).
- Hansen (2014): *Kommunikation skaber din organisation*. Hans Reitzels Forlag (s. 35-41).
- Heding (2016): *Branding Strategier – Bang, bang, bang – and you are not done....* I Eiberg, Just, Karsholt & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 93-107).
- Helder, Jørn (2016): Klassisk Kommunikationsteori. I Jørn Helder og Jens Laurrup Nørgaard (2016): *Kommunikationsteori – en grundbog*. Hans Reitzels Forlag. S. 21-55.
- Jensen & Tækker (2018). Kap 3: Online vs. Offline kommunikation. I *Sociale medier*. Samfundslitteratur, s.45-55.
- Johansen og Frandsen (2007): *Krisekommunikation – når virksomhedens image og omdømme er truet*. Samfundslitteratur (s. 270 -304).
- Lauridsen & Olesen (2018): Offentligheder. I Lauridsen & Svendsen (red.) (2018): *Medieteorier*. Samfundslitteratur (s.130-152).
- Lindberg (2009): *Markedskommunikation – videregående uddannelser*. Hans Reitzels Forlag (s. 155-179).
- Helder & Laurrup Nørgaard (red.) (2016): *Kommunikationsteori - en grundbog*. Hans Reitzel (s. 21-79).
- Marwick & Boyd (2011): I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133.
- Ohlson (2016): Grundlæggende kommunikationsmodeller. I Jørn Helder og Jens Laurrup Nørgaard (2016): *Kommunikationsteori – en grundbog*. Hans Reitzels Forlag. S. 57-79.
- Parent, Plangger & Bal (2011): The new WTP: Willingness to participate. *Business horizons*, 54(3), 219-229.

- Sandvik (2018): Tværmedial kommunikation I et hverdagsperspektiv. I Sandvik (2018): *Tværmædial kommunikation Producent-, bruger- og hverdagsperspektiver*. Samfundslitteratur (kapitel 4).
- Schmeltz & Kjeldsen (2019): Co-creating polyphony or cacophony? A case study of a public organization's brand co-creation process and the challenge of orchestrating multiple internal voices. *Journal of Brand Management*, 26(3): 304-316.
- Windahl, Sven m. fl. (2009) [1992]: *Using Communication Theory*. Sage Publications (s. 11-25, 40-51).

## Mødepligt/deltagelsespligt

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

## Prøveform

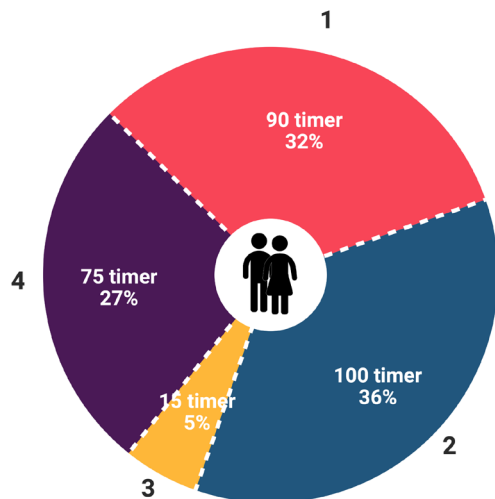
Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Den afsluttende opgave er en tværfaglig opgave, hvor den studerende skal inddrage viden og færdigheder fra både Organisationsteori og Kommunikationsprocesser. Opgaven udarbejdes i grupper af 4-5 studerende og bedømmes individuelt. Der gives en selvstændig bedømmelse for forløbet Organisationsteori og Kommunikationsprocesser.

## Studieaktivitetsmodel:

### Studieaktivitetsmodellen

### Kommunikationsprocesser

280 timer i alt  
10 ECTS points  
6 uger



### Kategori 1

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

### Kategori 2

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

### Kategori 3

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

### Kategori 4

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

HBW 29.01.2021