



Studieplan 2005/2006

Årsstudium i kommunikasjonsrådgivning (kull 2005 - 06)

Studiet skal gi studentene innsikt i kommunikasjon og relasjonell ledelse innenfor ulike typer organisasjoner, og evne til å anvende dette i praksis. Dette gjelder både offentlig forvaltning, foretak i privat og offentlig sektor, så vel som politiske partier, interesseorganisasjoner og ideelle organisasjoner. Med innsikt menes her på den ene siden kunnskaper om hvordan kommunikasjon kan anvendes for å nå konkret mål, og evne til kritisk å vurdere etiske og samfunnsmessige aspekter ved kommunikasjon. Samtidig skal en vite hvordan en i praksis kan håndtere ulike medier, samt interne og eksterne relasjoner i organisasjonen.

Faglig innhold

Studiet er bygd opp omkring fire emner som er satt sammen til en helhet.

Emne 1 Kommunikasjon, organisasjon og ledelse

Emne 2 Kommunikasjonsstrategi

Emne 3 Ekstern og intern kommunikasjon

Emne 4 Prosjektoppgave.

Yrkesmuligheter

Kombinert med andre studier, eller som som videreutdanning, gir studiet kompetanse for dem som ønsker å arbeide med kommunikasjon og utadrettet virksomhet i større bedrifter og offentlig forvaltning. Tilsatte og tillitsvalgte i interesseorganisasjoner, politiske parti og ideelle organisasjoner vil også ha stor nytte av studiet.

Opptakskrav

Generell studiekompetanse eller vurdering på grunnlag av realkompetanse



Undervisnings- og læringsmetode

Studiets pedagogiske plattform bygger på praksisnær og problemorientert læring. Problemstillinger hentes fra praksis – gjerne egen arbeidssituasjon. Studentene arbeider med studiets læringsmål gjennom utstrakt bruk av cases (eksempelstudier) og oppgaveskriving, i tillegg til litteraturstudier. Studiet legger vekt på at studentene har ansvar for egen læring. Medstudenter, veiledere og organisasjoner i feltet vil også utgjøre viktige læringsressurser i studiet.

Eksamen

Skriftlig arbeid eller presentasjoner er lagt inn som arbeidskrav i hvert av emnene. For hvert emne avholdes egen eksamen hvor karakteren gis som

bokstavkarakter innen en karakterskala A-F.

Utenlandsopphold

Gis ikke for utenlandsopphold på årsstudier

Studiekostnader

Semesteravgift

Heltid/ deltid

Heltid

Studielengde

1 år

Grad/ kompetanse

Årsstudium

Opptak



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Samordna opptak

Kull

2004/2005

Godkjenningsorgan

Studieutvalget

Godkjenningsdato

18.01.2005

Årsstudium i kommunikasjonsrådgivning: Struktur/emneoppbygging

Kode	Emnets navn	SP.	O/V *)	Studiepoeng pr. semester	
				S1(H)	S2(V)
	Organisasjon, kommunikasjon og ledelse	15	O	15	
	Kommunikasjonsstrategi	15	O	15	
	Intern og eksternt kommunikasjon	15	O		15
	Prosjekt	15	O		15
Sum:				30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne



Emneoversikt

Organisasjon, kommunikasjon og ledelse

Navn:

Organisasjon, kommunikasjon og ledelse

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Målet med dette emnet er for det første å gi en innføring i de mest benyttede begreper, modeller og teorier knyttet til organisasjon og kommunikasjon. For det andre skal de to elementene knyttes sammen ved å se på hvordan organisasjoner innhenter og bearbeider informasjon, og hvordan det kan tilrettelegges for hensiktsmessig og troverdig kommunikasjon internt i organisasjonen og med omgivelsene. Det legges stor vekt på å drøfte de ulike måter kommunikasjonsbegrepet kan forstås på. Emnet ser videre på likheter og forskjeller med hensyn til bruken av kommunikasjon i ulike typer organisasjoner, fra markedsorienterte foretak til politiske parti og ideelle organisasjoner. Praktiske eksempler fra feltet tillegges stor vekt.

Læringsutbytte:

Studentene skal få innsikt i betydningen av informasjon og kommunikasjon i organisasjoner, og hvordan (og i hvilken grad) organisasjoner kan innarbeide dette i sin struktur. En viktig side ved dette er å få en kritisk forståelse av de etiske og samfunnsmessige aspektene ved kommunikasjon.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, feltarbeid, veiledning, etc.

Emneeier:

Emne er obligatorisk for:

Årsstudium i kommunikasjonsrådgivning

Emne er valgbart for:

Bachelor i samfunnsfag, Bachelor i reiseliv, bachelor i økonomi og administrasjon, Bachelor i organisasjon og ledelse

Arbeidskrav:

Obligatorisk gruppeoppgave

Eksamensform:

6 timers skriftlig dagseksamen



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

Parallell gjennomføring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:



Kommunikasjonsstrategi

Navn:

Kommunikasjonsstrategi

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Måltrettet kommunikasjon krever helhetstenkning og en langsiktig strategisk innfallsvinkel. Alle organisasjoner, fra bedrifter til politiske parti, må og bør være seg bevisst virkninger av kommunikasjon, og mulighetene for å benytte dette for å realisere sine mål. Ut fra dette vil emne behandle den konkrete utviklingen av en kommunikasjonsstrategi og en kommunikasjonsplan. Emnet tar også opp de formelle rammer som settes gjennom lovverket (for eksempel forvaltningsloven og offentlighetsloven) og mer uformelle rammer som ligger i etiske og samfunnsmessige hensyn. Det vil videre sammenlikne ulike organisasjonstyper, for å se på ulikheter og om det er grunnleggende fellesstrekk. Inn under dette emnet ligger også kjennskap til og forståelse for hvordan ulike typer medier (presse, reklame, TV, internett) og samhandlingsformer (lobbying, forhandling, parlamentarisme, korporatisme, aksjoner osv.) fungerer og kan inngå i kommunikasjonsstrategien. Praktiske eksempel og trening i utforming av strategier er viktige ledd i læringen her.

Læringsutbytte:

Målet med emnet er å gi studentene et innblikk i hvordan informasjon og kommunikasjon utgjør vesentlige størrelser i en organisasjons strategiske opptreden. Således er også kunnskap om medier og samhandlingsformer en viktig del av læringen. Endelig er det et viktig mål at de oppnår at de oppnår et reflekteret forhold til hvordan etiske og samfunnsmessige hensyn kan og skal være viktige rammer for dette.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, feltarbeid, veiledning, etc.

Emneier:**Emne er obligatorisk for:**

Årsstudium i Kommunikasjonsrådgivning Bachelor i samfunnsfag, med fordypning i kommunikasjonsrådgivning (Forbehold om at dette godkjennes våren 2005)

Emne er valgbart for:

Bachelor i samfunnsfag, Bachelor i reiseliv, Bachelor i økonomi og administrasjon, Bachelor i organisasjon og ledelse

Arbeidskrav:

Obligatorisk presentasjon av gruppeprosjekt (20 minutt)



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Eksamensform:

6 timers skriftlig dagseksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Høst

Lengde:

Parallell gjennomføring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2005

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:



Intern og ekstern kommunikasjon

Navn:

Intern og ekstern kommunikasjon

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

Emnet tar for seg informasjon og kommunikasjon som en spesiell type prosess og samhandling. Det foregår i alle typer organisasjon og mellom alle typer organisasjoner og deres omgivelser. På den ene siden er det en form for samhandling hvor man ønsker å oppnå troverdighet eller å påvirke andre, for å realisere sine målsettinger. Å ha kommunikasjonsferdigheter og forhandlingsteknikk blir da naturligvis viktig, ved siden av forståelse av relasjoner. På den annen side kan kommunikasjon også dreie seg om dialog, hvor formålet kan være å skape gjensidig forståelse av hverandre og komme fram til felles innsikter. Endelig vil kommunikasjon også innebære mindre håndgripelige prosesser som vi kanskje er lite bevisst og i liten grad er i stand til å styre.

Emnet tar for seg alle disse tre formene for kommunikasjon, ved hjelp av teori og praktiske eksempler, samtidig som studentene skal gis trening i bruk av kommunikasjon som informasjon, påvirkning og dialog.. Medietrening vil således være et sentralt element her. Det vises også hvordan ulike former for kommunikasjon brukes og fungerer i ulike typer organisasjoner, men også hvor slående likheter det kan være mellom tilsynelatende helt forskjellige organisasjoner som politiske parti og bedrifter. Endelig er det viktig å ha kjennskap til og forståelse for hvordan ulike typer medier (presse, reklame, TV, internett) og samhandlingsformer (lobbying, forhandling, parlamentarisme, korporatisme, aksjoner osv.) fungerer og dermed vite hvordan opptre innen slike forskjellige kommunikasjonsrammer. Trening og praksis vil være et viktig element i undervisningen på dette området.

Læringsutbytte:

Studentene skal få forståelse for de mange aspektene ved kommunikasjon, også utover det rent instrumentelle. Kommunikasjonsferdigheter er viktig, men også evne til å legge til rette for dialog og til å forstå kommunikasjon som fenomen er en sentral del av hva som skal læres. Endelig skal studentene erverve praktisk erfaring i hvordan kommunisere godt via ulike medier og samhandlingsformer.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, feltarbeid, veiledning, etc.

Emneier:**Emne er obligatorisk for:**

Årsstudium i Kommunikasjonsrådgivning Bachelor i samfunnsfag, med fordypning i kommunikasjonsrådgivning (Forbehold om at dette godkjennes våren 2005)

**Emne er valgbart for:**

Bachelor i samfunnsfag, Bachelor i reiseliv, Bachelor i økonomi og administrasjon, Bachelor i organisasjon og ledelse

Arbeidskrav:

Obligatorisk gruppeprosjekt: 20 minutters presentasjon av casestudie

Eksamensform:

6 timers skriftlig dagseksamen

Karaktersystem:

Karakter A-F

Sensorordning:**Semester:**

Vår

Lengde:

Parallell gjennomføring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

50

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course:



Prosjekt

Navn:

Prosjekt

Studiepoeng:

15

Emnebeskrivelse:

I dette emnet skal en anvende de innsikter en har ervervet gjennom studiet for øvrig ved å gjennomføre et praktisk prosjekt. En helt nødvendig tilleggsforutsetning for dette er kunnskap om forskningsmetoder. Emnet innledes derfor med en grunnleggende innføring i hvordan en innhenter og analyserer kvantitative og kvalitative data om målgrupper, innenfor eller utenfor organisasjonen. I selve prosjektet skal studentene enten utforme og gjennomføre en kommunikasjonstrategi på basis av innhentede data, eller gjennomføre en studie av et konkret case.

Læringsutbytte:

Studentene skal lære å forholde seg selvstendig og refleksivt til anvendelse av kommunikasjon, enten ved selv formulere, gjennomføre og evaluere et opplegg for kommunikasjon eller å gjennomføre en kritisk analyse av et konkret case.

Undervisnings- og læringsmetode:

Forelesninger, seminarer, oppgaver, feltarbeid, veiledning, etc.

Emneier:**Emne er obligatorisk for:**

Årsstudium i Kommunikasjonsrådgivning Bachelor i samfunnsfag, med fordypning i kommunikasjonsrådgivning (Forbehold om at dette godkjennes våren 2005)

Emne er valgbart for:

Emnet er ikke valgbart

Arbeidskrav:

Rapport med presentasjon av opplegg for prosjektet og preliminær datanalyse.

Eksamensform:

Individuell presentasjon av prosjekt, skriftlig og muntlig.

Prosjektoppgave teller 50% og muntlig presentasjon 50%. Stryk på en del er stryk på alt. Èn felles karakter

Karaktersystem:

Karakter A-F



Høgskolen i Lillehammer

Lillehammer University College • hil.no

Sensorordning:

Semester:

Vår

Lengde:

Parallell gjennomføring

Heltid/ deltid:

Heltid

Studieår:

2006

Antall studenter:

60

Godkjenningsorgan:

Studieutvalget

Dato for godkjenning:

19. januar 2005

Undervisningsspråk:

Norsk

Level of course: