



Semesterbeskrivelse 3. semester Humanistisk Informatik Aalborg

Overordnet semesterbeskrivelse

Oplysninger om semesteret

Skole: Skolen for Communication, Art and Technology (CAT)

Studienævn: Humanistisk Informatik

Studieordning: Studieordning for bacheloruddannelserne i Humanistisk Informatik: Informationsvidenskab, Interaktive digitale medier og Kommunikation, september 2014:

http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/88/88381_ba_huminf_sep2014.pdf

Semesterets temaramme

Introduktion til semesterets temaramme

Projektmodulets temaramme er *kommunikation og strategi*. Temarammen bygger videre på de foregående semestres temarammer: 1. semester omhandlende kommunikationsprodukter og 2. semester omhandlende kommunikationsprocesser. På 3. semester omhandler temarammen *strategisk kommunikation med fokus på kommunikation i, fra og om organisationer*. Således fortsættes arbejdet med uddannelsens faglige tilgang til kommunikationsprodukter og kommunikationsprocesser på 3. semester med fokus på *kommunikation, strategi og organisation*. Som sådan er strategi og organisation de nye faglige aspekter. Det skal kort uddybes.

Kommunikation er fortsat forstået som både *proces* og *produkt* og nu som kommunikationsprocesser og kommunikationsprodukter i forbindelse strategisk kommunikation og organisation. *Kommunikationsprocesser* omhandler bredt forstået adfærd, handlinger og interaktionsprocesser forbundet med strategisk kommunikation og organisation. I den sammenhæng er *kommunikationsprodukter* bredt forstået som forskellige tekstformer, artefakter og symbolske handlinger, og typisk forbundet med anvendelse af forskellige informations- og kommunikationsteknologiske medier. I den forbindelse forstås *strategisk* som intentionelle tilrettelagte og styrede processer, hvor *organisation* bliver forstået som en strategisk handlende aktør, der målrettet og middelorienteret handler og kommunikerer.

Tilrettelæggelsen af organisationens strategiske handlinger og kommunikation indebærer forskellige aktiviteter såsom undersøgelser og undersøgelsesmetoder, anvendelse af teoretiske koncepter og brug af medier, planlægning, organisering, møder og udførelse af arbejdsopgaver. Det indebærer også aktiviteter såsom kontrol og evaluering. Alle disse forskellige typer aktiviteter udmøntes naturligvis i en række forskelligartede kommunikations-produkter, der er produkt af strategiske kommunikationsprocesser både i og fra organisationer. Det er sådanne kommunikationsprocesser og kommunikations-produkter, der studeres på uddannelsens 3. semester.

I den sammenhæng skal *organisation* forstås på to forskellige måder, og der kan anlægges to forskellige perspektiver på organisationen som strategisk kommunikationsaktør. Først organisationsperspektiverne. Om temarammen står der i studieordningen: *strategisk kommunikation med fokus på kommunikation i og fra organisationer*. Det betyder, at der på 3. semester opereres med både et organisationsinternt og et organisationseksternt perspektiv på organisation. Hertil kommer, at det er en antagelse, at organisationens strategiske kommunikation skal forstås som produkt af både organisationsinterne og organisationseksterne processer. At det organisationsinterne og organisations-eksterne er forbundne. Det kan lede over i en kort forklaring af de to forskellige organisationsforstå-

elser, der anlægges på semestret. *For det første* forstås organisationen, som beskrevet ovenfor, som en *aktør*, der har adfærd, handler strategisk og som kommunikerer, og det er opfattelsen at organisationens kommunikation kommer til udtryk både organisationsinternt og organisationseks-ternt. *For det andet* forstås organisationen *strukturelt* og som et produkt af særlige sociale og kultur-historiske processer. Kommunikationsteoretisk er organisationen hermed forstået som både *aktør* i strategisk kommunikation og *kontekst* for strategisk kommunikation.

Organisationen som kontekst for strategisk kommunikation i og fra organisation giver anledning til at belyse organisationen som *tekst*. Hermed menes kommunikation *om* organisationer. Kommunikation om organisationer bliver omdrejningspunktet for det organisations- og organisationskommunikations-teoretiske grundkursus under semestrets projektmodul. Her gives et overordnet teoretisk perspektiv på organisationen som en strukturel ramme i relation til strategisk kommunikation i og fra organisationer.

- Det er den strukturelle ramme
- Der giver overordnet forståelse for kommunikationen om, i og fra organisationer.
- Der giver forståelse for organisationsmedlemmers *kontakt* og hermed menes deres gensidige relationer, interaktion og samhandling, når de kommunikerer i og fra organisationer.
- Der giver forståelse for de *tekster*, der produceres og anvendes i kommunikation i og fra organisationer.
- Der giver forståelse for de *koder*, der bruges i de producerede tekster – både forstået som strategiske kommunikationsprodukter og strategiske kommunikationsprocesser.

Som *strukturel* ramme eller som *kontekst* medproducerer organisationen således strategiske kommunikationsprocesser og –produkter både *i* og *fra* organisationer. Organisationens forstået som strukturel ramme og som kontekst for den strategiske kommunikation anses således for at være central for semesterets tilgang til *organisationskommunikation*.

Dermed rettes opmærksomheden også på en række organisationsteoretiske forhold, der gør sig gældende, når man skal komme til forståelse for strategisk kommunikation i og fra organisationer. Det kan være forskellige arbejdsopgaver, arbejdsdelinger, samarbejdsrelationer og grupper. Det kan også være motivation og forestillinger om meningsfyldt arbejde og selvrealisering i arbejdet. Det kan være identitetsdannelse og interesseforskelle, og heraf åbnes der også op for et mere modsætningsfyldt syn på organisationskommunikation omhandlende mere konfliktorienterede organisationsteoretiske aspekter såsom konkurrence og kamp om ressourcer og anerkendelse, magt, dominans og kontrol.

Samlet set er det relevant for semesterets arbejde med at tilvejebringe viden om, indsigt i og forståelse for sammenhænge mellem kommunikation, strategi og organisation, som er de centrale nøglebegreber på 3. semester.

Semesterets organisering og forløb

Uddannelsens 3. semester fokuserer således på strategisk kommunikation med organisationer som omdrejningspunkt. I studieordningen står følgende om semesterets overordnede sigte her let omskrevet: *Der tilvejebringes grundlæggende viden om kommunikation i organisationer og organisationsteori med henblik på analyse og design af organisationskommunikation og markedskommunikation med fokus på modtager-, bruger- og målgruppeanalyser. Relevante problemstillinger kan være af interpersonel, teknologisk og medieret karakter. Semestret behandler parallelt hermed relationen mellem menneskelige og tekniske forudsætninger for kommunikation. I løbet af semesteret arbejder den studerende med design af strategisk kommunikation i og fra organisationer, som demonstreres i form af en konkret kommunikationsløsning.*

Dette overordnede læringsmål understøttes af tre studiemoduler: *projektmodulet og to studiefagsmoduler*. Semesterets moduler er selvstændige enheder, der på forskellig vis understøtter læringen på semestret, og de tre moduler prøves selvstændigt. Men de tre moduler anses også for at være en samlet læringsmæssig ressource, der gensidigt forbundne under semesterets temaramme tilbyder forskellig viden, og som giver den studerende mulighed for optræning af de færdigheder, der udgør uddannelsens faglighed og afspejler uddannelsens forskellige faglige tilgange.

Nedenfor beskrives modulerne, prøverne og undervisningsforløbene på semestret. Først projektmodulet og dernæst de to studiefagsmoduler.

Om projektmodulet: Kommunikation og strategi

(§19 i studieordningen; 20 ECTS-point)

Projektmodulet omfatter 3 kurser samt 2 frivillige workshops foruden semestrets projektarbejde under temarammen (se temarammebeskrivelsen ovenfor).

De tre kurser, der dækker den studieordningsbestemte undervisning under temarammen, er:

- *Organisation som kontekst for kommunikation*
- *Kvantitative og kvalitative metoder*
- *Virksomhedsøkonomi*

Frivillige workshops:

- *Grundlæggende webdesign*
- *Akademisk skrivning*

Omfang og forventning

Semesteret udgør 30 ECTS points. 1 ECTS point svarer til 27,5 times arbejde, og 30 ECTS point svarer således til **825 arbejdstimer eller 22 ugers fuldtidsarbejde** bestående af forberedelse til undervisning, undervisningsdeltagelse, gruppearbejde, vejledning og eksamener.

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Angivelse af ankerlærer, fagkoordinator, semesterkoordinator (eller tilsvarende titel) og sekretariatsdækning

Ankerlærere: Søren Lindhardt og Tem Frank Andersen

Studiesekretær: Pia Knudsen (piak@hum.aau.dk)

Modulbeskrivelser

Projektmodul:

Modulet udgør 20 ECTS point svarende til 550 **arbejdstimer**

Placering

3. Semester Aalborg
Studienævnet for Humanistisk Informatik

Modulansvarlige

Tem Frank Andersen & Søren Lindhardt

Type og sprog

Projektmodul
Undervisning er på dansk og tekster er på dansk og engelsk

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om og forståelse af:

- teori, metode og praksis inden for det kommunikations- og informationsvidenskabelige felt herunder kommunikation i og fra organisationer
- og indsigt i problemstillinger af kommunikations- og it-faglig art i og fra organisationer
- strategisk kommunikation
- realiseringen af strategisk kommunikation der inkorporerer relationen mellem menneskelige og tekniske forudsætninger for kommunikation i og fra organisationer
- og forståelse af teknologi og menneskets forhold til og brug af teknologi.

Færdigheder i:

- at beskrive, analysere, vurdere og udvikle kommunikation som kulturelt, teknologisk og organisatorisk fænomen, herunder budskaber og mediers anvendelse og betydning samt effekt i såvel snævrere som bredere kommunikative sammenhænge
- at beskrive, analysere og vurdere strategisk kommunikation ud fra såvel kvalitative som kvantitative metoder
- at arbejde kritisk og konstruktivt med kommunikation, interaktion og samarbejde i digitale miljøer under hensyntagen til deres kontekst.

Kompetencer til:

- at agere kritisk og konstruktivt i relation til analyse, udvikling og implementering af kommunikation og informationsteknologiske løsninger, med fokus på disse løsningers organisatoriske betydning
- at beskrive, analysere, udvikle og evaluere information, kommunikation og medier som kulturelle, teknologiske og organisatoriske fænomener, herunder deres anvendelse og effekt i såvel snævrere som bredere kommunikative sammenhænge.

Projektmodulets organisering

Organisation som kontekst for kommunikation (OsKfK)

På kurset introduceres forskellige organisations- og managementteoretiske perspektiver, paradigmer og skoledannelser med henblik på at give indsigt i centrale organisations- og managementteoretiske begreber og problemstillinger. Hermed skabes der forståelse for organisationen som strukturel ramme – en kontekst – der præger og medproducerer organisationskommunikationens på en særlig måde. Kurset består af to dele. En indledende grundkursusdel og en efterfølgende forlæsningsrække. Grundkursusdelen består af 5 fore-

læsninger med forskellige øvelsesaktivitet. På grundkurset anskueliggøres, hvordan organisation som kontekst præger og medproducerer kommunikation i og fra organisationer. Forskellige dominerende management- og organisationsteoretiske skoledannelser bliver gennemgået. Der vil blive lagt særlig vægt på arbejde, motivation og kontrol som særlige relevante begreber, når man skal forstå brud og kontinuitet mellem de forskellige skoledannelser. Den anden og efterfølgende 2. del af kurset består af en række af kursusforløb, der på forskellig vis anskueliggør organisationen som en kommunikationsaktør. Gennem forelæsninger og workshops demonstreres forskellige tilgange til organisationskommunikation.

Overordnet litteratur:

- Stanley Deetz: *Describing Differences in Approches to Organization Science*, Organization Science, Volume 7, Issue 2, 1996
- Stanley Deetz & John G. McClellan: *Communication*, I: Mats Alvesson, Todd Bridgman & Hugh Willmott: *Critical Management Studies*, Oxford University Press, 2011
- Michael I. Reed: *Thematic Continuities, I: The Sociology of Organizations. Themes, Perspectives and Prospects*, Harvester Wheatsheaf, 1992
- Knud-Erik Sabroe: *Organisationsteori*, I: Eggert Petersen & Knud-Erik Sabroe: *Arbejdspsykologi. Arbejde, arbejdsmiljø og arbejdsorganisation*, Munksgaard, 1984

Anbefalede organisationsteoretiske grundbøger:

- Mats Alvesson & Stanley Deetz: *Doing Critical Management Research*, SAGE Publications, 2001
- David Jaffee: *Organization Theory. Tension and Change*, McGraw-Hill, 2001

Til yderligere fordybelse:

- Mats Alvesson, Todd Bridgman & Hugh Willmott: *Critical Management Studies*, Oxford University Press, 2011
- Wendy Hollway: *Work Psychology and Organizational Behavior. Managing the Individual at Work*, SAGE Publications, 1996
- Gareth Morgan: *Image of Organization*, SAGE Publications, 2006
- Michael I. Reed: *The Sociology of Organizations. Themes, Perspectives and Prospects*, Harvester Wheatsheaf, 1992
- Stephen P. Waring (1991): *Taylorism Transformed. Scientific Management Theory since 1945*, The University of North Carolina Press, 1991

Kursus 1: Arbejde og organisation

På den første kursgang ser vi nærmere på spørgsmålet: Hvad er en arbejdsorganisation? Forskellige bestemmelser - og perspektiver - på arbejde fremstilles og heraf afledte syn på organisationer diskuteres.

Litteratur:

Borchmann & Pedersen: *Hvad er arbejde og hvordan bør arbejdsorganisationer anskues?* Workingpaper **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Morgan: *Interest, Conflict, and Power. Organizations as Political Systems*. Uddrag fra Gareth Morgan: *Image of Organization*, SAGE Publication, 2006 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Kursus 2: Klassisk Taylorisme

I forbindelse med anden kursgang gennemgås den klassiske Taylorisme, sådan som samme formuleres gennem Fredrick Winslow Taylors arbejde. I forelæsningen gennemgås Scientific Management bevægelsens hovedforskrifter for virksomhedsledelse og virksomhedsorganisering og de herfor tilgrundliggende implicite og eksplicite præmisser. Desuden lægges der i forelæsningen vægt på de material-historiske omstændigheder under hvilke Taylorismen fremkom, ligesom betydningen af Taylors arbejde diskuteres. I forbindelse med forelæsningen vises endvidere en dokumentarudsendelse om Taylorisme og Fordisme fra TV-serien "Det tyvende århundrede".

Litteratur:

Taylor: *Scientific Management*. Uddrag fra Frederick W. Taylor: *Scientific Management*. I: Clark, Candler & Berry: *Organization and Identity*, Int. Thompson Business Press, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Braverman: *Scientific Management*. Uddrag fra Harry Braverman: *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*, 1974 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Hollway: *Factory Hands. Scientific Management and the Task Idea*. Uddrag fra: Wendy Hollway: *Work Psychology and Organizational Behaviour. Managing the Individual at Work*, SAGE Publications, 1996 **(Tilgængelig i**

kursusmaterialer)

Kursus 3: Human Relation Skolen

I forbindelse med tredje kursusgang gennemgås den klassiske Human-relation-skole, sådan som samme bl.a. er repræsenteret ved Elton Mayos arbejde. I forelæsningen lægges særligt vægt på Hawthorne-undersøgelserne og tolkningen af disse undersøgelser. Desuden diskuteres Human relation skolens brud med og kontinuitet i forhold til Taylorismen

Litteratur:

Mayo: The workgroup and positive mental attitudes. I: Clark, Chandler & Berry: Organization and Identity, Int. Thompson Business Press, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Roethlisberger & Dickson: Group restriction of output. I: Clark, Chandler & Berry: Organization and Identity, Int. Thompson Business Press, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Ciulla: Taming the Worker. Uddrag fra: Joanne B. Ciulla: The Working Life. The Promise and Betrayal of Modern Work, Three Rivers Press, 2000 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Hollway: The Sentimental Worker. Hawthorne and the Emergence of Human Relations. Uddrag fra: Wendy Hollway: Work Psychology and Organizational Behaviour. Managing the Individual at Work, SAGE Publications, 1996 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Kursus 4: Neo Human Relation Skolen

På den fjerde kursusgang gennemgås forskellige traditioner indenfor Neo-human relationskolen, herunder bl.a. Management by Objectives-traditionen sådan som den er repræsenteret ved Peter F. Druckers arbejde og jobberigelsestraditionen sådan som den er repræsenteret ved bl.a. Fredrick Herzbergs arbejde. Desuden gennemgås forskellige strømninger indenfor ledelsesudvikling og medarbejderudvikling

Litteratur:

Hertzberg: Motivation through Jobenrichment. I: Clark, Chandler & Berry: Organization and Identity, Int. Thomson Business Press, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Hollway: The Sentimental Worker. Motivating Employees: Human Relations Training and Job Satisfaction. Uddrag fra: Wendy Hollway: Work Psychology and Organizational Behaviour. Managing the Individual at Work, SAGE Publications, 1996 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Tynell: Det er min egen skyld - nyliberale styringsrationaler inden for Human Resource Management. I: Tidsskrift for arbejdsliv, 4. årg. nr. 2, 2002 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Kursus 5: Neo Taylorisme

Vi skal se nærmere på forskellige studier af moderne arbejdsliv. Der vil være fokus på moderne forskrifter for arbejdsorganisering, medarbejdermotivation og medarbejderkontrol. Som sådan vil den femte og sidste kursusgang lægge vægt på kontinuiteten i forhold til den klassiske Taylorisme. Managementkonceptet LEAN-production vil blive inddraget.

Litteratur:

Collinson: Identities and insecurities: Selves at work. I: Organization, Vol 10 nr. 3, 2003 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Deetz: Discursive Formations, Strategized Subordination and Self-surveillance. I: McKinlay og Stark-ey: Foucault, Management and Organization Theory, SAGE, 1998 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Ray: Corporate Culture as a Control Device. I: Clark, Chandler & Berry: Organization and Identity, Int. Thomson Business Press, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Casey: Come Join our Family. I: Human Relation, vol 52, 1999 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Prætorius: Livet som undtagelsestilstand. I: Psyke & Logos, 2004 **(Tilgængelig i kursusmaterialer)**

Kursus 6: Medarbejderdeltagelse

På forelæsningen ser vi nærmere på de forskellige argumenter for øget organisatorisk deltagelse og går i dybden med den evidens der taler for og imod ideen om at øget deltagelse kan bidrage til både magtudligning, trivsel, motivation og effektivitet. I forbindelse med forelæsningen øver vi også en ligefrem lightversion af diskursanalyse i forhold til et stykke empiri vedrørende deltagelse.

Litteratur:

Uddrag fra Heller, mdf.: *Organisational Participation - Myth or reality?*
<http://www.audrey.dk/index.php?siteID=8&blogID=33>

Kursus 7: Kunder vi hader

På forelæsningen ser vi nærmere på sitet www.haderkunder.dk, hvor ansatte fra detailhandlen erfaringsbe-

handler og erfaringsdeler nogle af de krænkelser, de har været udsat for af kunder. Der introduceres til kvalitativ indholdsanalyse og vi ser nærmere på hvordan en sådan social site vil kunne analyseres.

Litteratur:

Göran Bergström & Kristina Boréus: *Innehållsanalys*. p. 49 - 89 i: "Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys", Studentlitteratur, 2000

Kursus 8: Differentiering i skolen

På forelæsningen præsenteres et nyligt afsluttet aktionsforskningsprojekt vedrørende øgning af differentieringspraksisser i skolesammenhæng. Det vises hvorledes en kritisk kommunikationsfaglig baggrund faktisk har noget at tilbyde et sådan projekt. I forbindelse med forelæsningen introduceres også til ideologikritik og vi øver denne analyseform i forhold til tekster vedrørende differentiering.

Litteratur:

<http://www.sosuranders.dk/media/2280892/Unge%20på%20kanten-bog.pdf> (fra side 17 - 48)

John B. Thompson: *The Concept of Ideology*. p. 28 - 73 i: "Ideology and Modern Culture", Stanford University Press, 1990

Kursus 9: Intimideringskommunikation

På forelæsningen introduceres til feltet intimideringskommunikation og vi prøver at lave en analyse af et dansk personaleblad.

Litteratur:

Borchmann & Pedersen, mdf: *Intimideringskommunikation* (uddrag fra bogen)

Kursus 10: Stress og psykosocialt arbejdsmiljø

På forelæsningen introduceres til emnerne psykosocialt arbejdsmiljø og stress og vi prøver at lave en analyse af de interpretative repertoarer som forskellige aktører anvender, når de taler om stress.

Litteratur:

Agervold: *De psykiske belastninger i arbejdet*. I: Petersen & Sabroe: *Arbejdspsykologi. Arbejde, arbejdsmiljø og arbejdsorganisation*.

Netwton: *Introduction: Agency, Subjectivity and the Stress Discourse*. Uddrag fra: 'Managing' Stress.

Kursus 11: Organisation, identitet og branding

Organisationer og virksomheder har som aldrig før et stort behov for at afklare deres værdigrundlag som udgangspunkt for kommunikation på alle planer. Særligt når organisationer arbejder med deres image, når de fx vil ændre det eller styrke det, er det afgørende at kende egen kultur og identitet. Vi ser på begrebet og fænomenet identitet generelt og i relation til forskellige typer kommercielle og ikke-kommercielle organisationer. Desuden sættes fokus på, hvad identitet, profil, image og aura, m.m. er for størrelser i relation til organisationers kommunikation. Endelig inddrages strategiske perspektiver i forbindelse med organisationers eksterne kommunikation. Hvad er et brand, hvordan skabes og fungerer det, og hvordan kommunikeres det ud? Vi ser på de tegnprocesser af visuel og verbal art, der ligger bag skabelsen af brands og på de effekter, som brands har på deres omverden.

Litteratur:

Hatch, Mary Jo & Majken Schultz (2009): Hvem er du? In: Brug dit brand. København: Gyldendal Business, ISBN 978-87-02-07816-9. Pp. 69-92 (23p af 300).

Claus Buhl: Branding og brandingstrategier. In: Kristian Eiberg, m.fl. (red.) (2008): Integreret markedskommunikation. København: Samfundslitteratur. ISBN 978-87-593-1240-7. Pp. 41-55 (14p af 393).

Øvrig litteratur:

Berg, Per Oluf (2000): Fra image til aura. In: F. Stjernfelt og O. Thyssen (red.): *Æstetisk kommunikation*. København: Handelshøjskolens Forlag, p. 71-83.

Blach, Thomas & Jesper Højbjerg (1989): Image og profilering. In: PR-håndbog i information og public relations. København: Borgen. K

Christensen, Lars Thøger & George Cheney (2000): Self-Absorption and Self-Seduction in the Corporate Identity Game. In: Hatch, M.J. & M. Schultz, et al. (2000) *The Expressive Organization*. Oxford University Press.

Fog, Klaus m.fl. (2002): *Storytelling: branding i praksis*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Klein, Naomi: (2001): No Logo: mærkerne, magten, modstanden. Århus: Klim.
Kunde, Jesper (1997): Corporate religion: vejen til en stærk virksomhed. København: Børsens Forlag.
Mollerup, Per (1998): Marks of Excellence, London: Phaidon, p. 45-93.
Mollerup, Per (2008): Brandbook. København: Børsens Forlag, p. 59-93.
Olins, Wally (1989): Corporate Identity. London: Thames And Hudson.
Olins, Wally (1995): Guide til design af identitet. København: Dansk Design Center.
Olins, Wally (1999): Corporate identity: making business strategy visible through design. London: Thames and Hudson.
Olins, Wally (2000): How Brands are Taking over the Corporation. In: Schultz, m.fl. (red.) 2000
Rosholm, Gitte & Jesper Højberg (2004): Historier, der overbeviser. In: Historiefortælling i praktisk kommunikation. Roskilde Universitetsforlag.
Schmitt, Bernd & Alex Simonson (1997): Marketing Aesthetics - The Strategic Management of Brands, Identity, And Image. New York, London, Toronto, Sydney, Singapore: The Free Press.
Schultz, Majken (1993): Kultur i organisationer. København: Handelshøjskolens Forlag.
Schultz, Majken, Yun Mi Antorini & Fabian Csaba (2005) (red.): Corporate Branding – Purpose/People/Process. København: Copenhagen Business School Press.

Kursus 12: Virksomheders brug af sociale medier

Betegnelsen sociale medier dækker over en lang række forskellige internetbaserede og mobile tjenester, som giver brugere mulighed for at præsentere sig selv, kommunikere, indgå i fællesskaber samt at producere og dele indhold. Virksomheder og offentlige organisationer benytter sig i stigende grad af sociale medier – både eksternt (som en del af markedsføringen) og internt (i forbindelse med intranet og intern kommunikation). Denne kursusgang sætter fokus på virksomheders brug af sociale medier, samt hvordan og med hvilke metoder vi kan undersøge dette.

Litteratur:

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
McNely, B. (2012). Shaping organizational image-power through images: Case histories of Instagram. In Proceedings of the IEEE Professional Communication Conference, 2012
Supplerende litteratur:

Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.

Kursus 13: Moderne virksomhedskommunikation

HR-Strategist Poul Bonde Jensen fra Jyske Bank kommer og fortæller om moderne virksomhedskommunikation. Det sker med udgangspunkt i en konkret case. Der vil være rig mulighed for at diskutere de strategiske overvejelser og etiske dilemmaer forbundet med moderne virksomhedskommunikation.

Litteratur:

Der er ingen forberedelse til workshoppen

Kursus 14: Teknologiforandring som anledning til organisationsforandring

På forelæsningen ser vi nærmere på studier vedrørende organisations- og teknologiforandring.

Litteratur:

Beverly H. Burris: *Computerization of the Workplace*, *Annu. Rev. Sociol.* 1998, 24:141-57
Pushkala Prasad: *Symbolic Processes in the Implementation of Technological Change: A Symbolic Interactionist Study of Work Computerization*, *Academy of Management Journal*, 1993, Vol. 36, No. 8, 1400-1429

Kvantitative og kvalitative metoder

På metodekurset vil der være undervisning om forskningsinterview, feltarbejde, spørgeskemaundersøgelse, laboratorietestning samt undervisning i metoder anvendt i forbindelse med informations- og kommunikationstillæggelse. De forskellige metoder kan bruges i forbindelse med projektarbejdet under temarammen: Kommunikation og strategi. Der vil derfor blive lagt vægt på organisation som en særlig kontekst for kommunikation i organisationer, om organisationer og fra organisationer. Her er det underforstået at kommunikation altid forudsætter, at der kan identificeres afsender, modtager, en teknisk og social kontakt mellem afsender og modtager, kodet/afkodet tekst og en kontekst, der har betydning for kommunikation, og det både for forståelsen af kommunikationssituationen og for vurderingen af kommunikationens virkninger. Undersøgelsesmetoderne ind-

drages i denne sammenhæng.

Litteratur:

Mats Alvesson & Stanley Deetz: Doing Critical Management Research, SAGE Publications, 2001.

Thomas Bjørner (red.): Den oplevede virkelighed. 11 eksempler på kvalitativ metode i praksis, Aalborg Universitetsforlag, 2010.

Preben Septsrup & Pernille Fruensgaard: Tilrettelæggelse af information. Kommunikations- og kampagneplanlægning, ACADEMICA, 2010.

Organisationskultur og feltarbejde

På kursusgangen introduceres der til antropologiske og kulturteoretiske inspirerede undersøgelsesformer. Der vil blive lagt vægt på den deltagende observation og observationsteknik. I denne forbindelse bliver der også givet eksempler på, hvordan man arbejder med kulturteori i organisations- og managementteoretisk sammenhæng. Der vil blive givet to typiske og forskellige eksempler på organisationskulturteoretiske tilgange.

Litteratur:

Stanly Deetz: Describing Differences in Approaches to Organization Science: Rethinking Burell and Morgan and Their Legacy.

Michael Hviid Jacobsen & Søren Kristiansen: Hvor farlig er det farlige feltarbejde?

Edgar H. Schein: Defining Organizational Culture.

Linda Smircich: Organizations as shared meanings.

Kvalitative forskningsinterview med organisation som kontekst

Der vil blive givet generel introduktion til forskningsinterviewet som undersøgelsesform. I den forbindelse bliver der lagt særlig vægt på organisation som kontekst for forskningsinterviewet som undersøgelsesmetode.

Litteratur:

Steinar Kvarle & Svend Brinkmann: "InterView. Introduktion til et håndværk"

Mats Alvesson: "Beyond Neopositivists, Romantics, and Localists: A Reflexive Approach to Interviews in Organizational Research".

Spørgeskemaundersøgelser

Kurset består af et undervisningsforløb om design af spørgeskemaundersøgelser. Det samlede undervisningsforløb skal give den studerende en introduktion til spørgeskemaet som undersøgelsesmetode og i den forbindelse gennemgås generelle retningslinjer for design af spørgeskemaer og for analyse og præsentation af spørgeskemadata, ligesom spørgeskemametodens fordele og ulemper i forhold til andre metoder diskuteres. I forbindelse med undervisningsforløbet introduceres systemet SurveyMonkey, som kan bruges til design, distribution og behandling af kvantitative data.

Litteratur:

Schrøder Kim (med flere) (2003): Researching audiences, Arnold Publishers, s. 173-224.

CoED som interventionsmetode

På denne kursusgang behandles interventionsmetodik. I fokus er design, som undersøgelse af potentiale og tavs viden.- Vi illustrerer aktionsforskning gennem COED

Litteratur:

Introducing the Collaborative E-Learning Design Method (CoED). / Ryberg, Thomas; Buus, Lillian; Nyvang, Tom; Georgsen, Marianne; Davidsen, Jacob.

Art & Science of Learning Design. ed. / Yishay Mor; Brock Craft; Marcelo Maina. Sense Publishers, 2014.

Strategisk markeds kommunikation som teori og metode

Grundbogen til de to kursusgange om strategisk markeds kommunikation som teori og metode er Preben Sepstrup & Pernille Fruensgaard: "Tilrettelæggelse af information. Kommunikations- og kampagneplanlægning". Det anbefales at læse bogen, men som minimum forventes det, at I har læst side 183 - 303 omhandlerne kampagnestrategi. De to kursusgange vil blive en kombination af forelæsninger, gruppearbejde og diskussioner, hvor I skal lære at planlægge markeds kommunikation. Hovedområderne vil være: Kundertyper, virkemidler, budskaber, medier og effektmåling. Målet er, at I bliver dygtigere til at vurdere, analysere og strukturere kommunikationsindsatser.

Litteratur:

Preben Sepstrup & Pernille Fruensgaard: "Tilrettelæggelse af information - kommunikations- og kampagneplanlægning", Academica 2010.

Supplerende litteratur:

Andersen, T., & Smedegaard (2009). Kommunikationsplanlægning. (I kan finde dele af den i google books)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). Marketing Management (14. udg.). New Jersey: Pearson Education.

Kommunikationsplanlægning

Med udgangspunkt i bogen "DIAMANTEN - en model til kommunikationsplanlægning" af Thomas Hestbæk Andersen og Flemming Smedegaard introduceres til strategiske, praktiske og etiske spørgsmål i forbindelse med løsning af kommunikationsopgaver.

Litteratur:

Thomas Hestbæk Andersen & Flemming Smedegaard: "DIAMANTEN - en model til kommunikationsplanlægning". Samfundslitteratur 2012.

Kommunikationsstrategisk workshop

Med udgangspunkt i kursusgangene "Tilrettelæggelse af information og kampagner" og "Kommunikationsplanlægning" afholdes en kommunikationsstrategisk workshop, hvor der arbejdes intensivt med kommunikations- og kampagneplanlægning ud fra de introducerede tilgange og metoder. Der opstilles virkelighedsnære cases, der giver indblik i overvejelser, udfordringer og dilemmaer, der opstår i arbejdet med at få mange ender til at hænge sammen, når der skal tilrettelægges strategisk medieformidlet kommunikation. Der vil være tale om en kombination af forelæsning og workshop med mulighed for indgå overvejelser og diskussioner i grupper såvel som i plenum.

Litteratur:

Preben Sepstrup og Pernille Fruensgaard: "Tilrettelæggelse af information - kommunikations- og kampagneplanlægning", Academica 2010.

Thomas Hestbæk Andersen & Flemming Smedegaard: "DIAMANTEN - en model til kommunikationsplanlægning". Samfundslitteratur 2012.

Virksomhedsøkonomi

Kurset giver indblik i virksomhedsøkonomi og giver kendskab til, hvordan virksomhedsøkonomiske hensyn kommer til udtryk og kan anvendes i strategiske kommunikation i og fra organisationer. Med indsigt i virksomhedsøkonomi kan virksomhedsøkonomiske aspekter medovervejes i relation til projektarbejdet under tema-rammen.

1. Virksomhedens årsrapport og budget: At forstå økonomi som kommunikation
2. Udarbejdelse af budget: At forstå budget som kommunikation
3. Virksomhedens økonomiske interesser: At forstå økonomi og interesser i kommunikationen

Litteratur:

Agervold, Flemming et al. (2001). *Introduktion til Virksomhedsøkonomi*. København: Gyldendal Uddannelse. 6. Udgave.

Grundlæggende webdesign

Det strategiske arbejde med kommunikation og IKT kan støtte sig til en grundlæggende viden omkring websider. Grundlæggende webdesign er tænkt som et fagligt bidrag baseret på to workshops, der skal understøtte "hands on" aktiviteter i forbindelse med det kommunikationsstrategiske arbejde i projektenheden.

1: At forstå koder og konventioner: Grundlaget for webdesign

2: At arbejde med konventioner for strategisk webdesign: Webdesign som anledning til kommunikation

Litteratur:

Udleveres på workshoppen.

Eksamen

Projektmodulets prøve (prøve 8 ifølge studieordningen)

Prøve 8 er en ekstern kombineret skriftlig og mundtlig prøve i *kommunikation og strategi* i form af en gruppeeksamen. Gruppeeksamen foregår som en samtale mellem de/den studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport.

Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelt udarbejdede rapporter.

Den normerede prøvetid er 20 minutter pr. studerende plus 10 minutter på gruppen. Dog ikke mere end maksimalt 2 timer i alt.

Der gives karakter efter 7-trinsskalaen. Der foretages en samlet bedømmelse af projektrapporten og den mundtlige præstation.

Projektrapporten og den mundtlige samtale skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet (jf. studieordningen). Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende demonstrerer en udtømmende opfyldelse af fagets mål med få eller uvæsentlige mangler.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 20 ECTS-point.

Studiefagsmodul: Design og IKT med organisationen som kontekst
Placering 3. Semester Aalborg Studienævnet for Humanistisk Informatik
Modulansvarlig Marianne Lykke
Type og sprog Modulet er et studiefagsmodul Undervisningen foregår på dansk og tekster er på dansk og engelsk
Mål Den studerende skal gennem modulet opnå: Viden om og forståelse af: <ul style="list-style-type: none"> ▪ realiseringen af strategisk kommunikation, herunder relationen mellem menneskelige og tekniske forudsætninger herfor Færdigheder i: <ul style="list-style-type: none"> • at arbejde kritisk og konstruktivt med at understøtte samarbejde, kommunikation og interaktion i digitale miljøer under hensyntagen til deres konkrete organisatoriske indlejring Kompetencer til: <ul style="list-style-type: none"> • at agere kritisk og konstruktivt i relation til analyse, udvikling og implementering af kommunikation og informationsteknologiske løsninger, idet der er fokus på disse løsningers organisatoriske betydning.
Fagindhold og begrundelse Modulet behandler, hvordan forskellige kommunikationsformer og IKT-systemer tages i anvendelse med strategiske intentioner om fx udvikling i organisationer. Den studerende vælger at tone sin faglighed, idet der fokuseres på enten organisationers interne eller eksterne kommunikation.
Omfang og forventning Undervisningsformen vil være en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier og metoder samt øvelser, hvor de studerende individuelt eller i grupper designer og tester et IKT-design rettet mod kommunikation <i>i</i> eller <i>fra</i> organisationer Modulet har en ECTS belastning på 5 hvilket svarer til en arbejdsbelastning for den studerende på 137,5 timer
Modulaktiviteter Modulet behandler, hvordan forskellige kommunikationsformer og ikt-systemer tages i anvendelse med strategiske intentioner om fx udvikling i organisationer. Den studerende vælger at tone sin faglighed, idet der fokuseres på enten organisationers interne eller eksterne kommunikation. Modulet integrerer undervisningsaktiviteter inden for to områder: <ul style="list-style-type: none"> • Interaktion og brugbarhed: organisationens interne kommunikation • Interaktion og brugbarhed: organisationens eksterne kommunikation Design af ikt med organisationen som kontekst udbydes, fordi organisationen er en betydende kontekst for design af ikt (og kommunikationsopgaver) i bred forstand. Organisationen er således både betydende, når man

designer systemer til organisations interne brug, og når man designer systemer til ekstern kommunikation ud af organisationer. I begge tilfælde må designeren forholde sig aktivt til organisationen som brugsarena:

- Hvad er målet med systemet, og hvordan matcher det andre mål i organisationen?
- Hvem er brugerne?
- I hvilken sammenhæng skal systemet bruges?
- Hvilke opgaver og aktiviteter skal systemet understøtte?
- Hvad er brugernes forudsætninger?
- Hvordan sikres en hensigtsmæssig organisatorisk implementering af det nye system?
- Man må også forholde sig til organisationen som udviklingsarena:
- Hvordan tilrettelægges udviklingsarbejdet?
- Hvilke kompetencer kræves i udviklingsarbejdet?
- Hvad er de tekniske forudsætninger?

Kurset gennemgår en række temaer i tilknytning til design af ikt-medieret kommunikation i og fra organisationer. Temaerne der behandles er:

- Tema 1: Samarbejde, kommunikation og interaktion i organisationer - her præsenteres forskellige forståelser, strategier og teknologier til, hvordan der kommunikeres, samarbejdes og deles viden i og mellem organisationer og samarbejdspartnere.
- Tema 2: Analyse af kontekst - hvordan finder man ud af, hvad der er behov for?
- Tema 3: Brugerpraksis - her præsenteres praksisser og problemstillinger i anvendelsen af ikt-medieret kommunikation i organisation
- Tema 4: Design af brugergrænseflader (HCI) – her præsenteres grundprincipper for design af brugergrænseflader
- Tema 5: Design af informationsarkitekturbrugergrænseflader (HCI) - her præsenteres forskellige metoder til at strukturere, kommunikere og søge information i ikt-systemer
- Tema 6. Evaluering af brugergrænsefladet og IA – her præsenteres metoder til evaluering af brugergrænseflader

I forlængelse af alle temaer diskuteres det, hvad den organisatoriske kontekst og strategiske hensigt med kommunikationen betyder.

Undervisningsformen vil være en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier og metoder samt øvelser, hvor de studerende individuelt eller i grupper designer og tester et ikt-design rettet mod kommunikation i eller fra organisationer. Hver kursusgang er således delt mellem 2 lektioners forelæsning og 2 lektioners arbejde med en gennemgående designopgave i grupper. Hver kursusgang stilles således en delopgave i forhold til designarbejdet, som gruppen løser sammen. Sidste kursusgang præsenteres den samlede designløsning i posterform. Hver kursusgang stilles også en individuel portfolioopgave - alle portfolioopgaver skrives til sidst sammen til kursets skriftlige opgave.

Kursuslitteratur

- Jenifer Tidwell (2011). Designing Interfaces - patterns for Effective Interaction Design, O'Reilly. (Grundbog)
- Kapitler samt yderligere litteratur er beskrevet under de enkelte kursusgange.

Kursusorganisering

KURSUS 1: introduktion til kurset

Hvad: Denne kursusgang introducerer til kursets rammer – arbejdsform, kursusgange, cases, øvelser og eksamen. Herefter introduceres kursets tema: Design af ikt i organisation som kontekst – hvad er det, som er særligt ved design af ikt i organisationer? Det forventes at alle studerende, i grupper, vælger en case som de

vil udarbejde et ikt-design forslag til.

Litteratur:

- Tidwell, J. (2011). Designing interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly.
- Grudin, J. (1994). Groupware and social dynamics: Eight challenges for developers. Communications of the ACM, 37(1), 92-105.
- Nøhr, C. & AM Kanstrup (2013). A Design Process for a Clinical Decision Support System to Increase Patient Safety in Medication. I T. Børsen & L. Botin: What is Techno-Anthropology? Aalborg University Press, Series in Transformational Studies, 1(2), pp. 455-479.

KURSUS 2: Samarbejde, kommunikation og interaktion i organisationer

Tema 1: Samarbejde, kommunikation og interaktion I organisationer

Hvad: Hvordan finder man ud af, hvad det er for viden, der skal deles, kommunikeres og samarbejdes om, og hvordan denne kommunikation, samarbejde og videndeling kan ske? Kursusgangen præsenterer forskellige forståelser, strategier og teknologier til, hvordan der kommunikeres og deles viden i og mellem organisationer og samarbejdspartnere. Det er målet, at alle grupper i de efterfølgende øvelser bruger den præsenterede teori til at få et overblik over den valgte case - får diskuteret, hvad det er for viden skal udveksles, overvejer, hvordan dette kan foregå, får besluttet, hvilke former for interaktion, der skal muliggøres, og hvilke teknologier der kan anvendes. Målet er at få udarbejdet en skitse, der overordnet beskriver en relevant videndelingsstrategi, herunder relevante interaktionsformer og kommunikationsteknologier.

Litteratur:

- Blackler, F. (1995). Knowledge, knowledge work and organisations. An overview and interpretation. Organization Studies, 16 (6). 1021-1046. Online tilgængelig.
- Ipe, M. (2003). Knowledge sharing in organisations: a conceptual framework. Human Resource Development Review, 2 (4). 337 – 359.
- Wenger, E., White, N., Smith, J.D. & Rowe, K. (2005). Technology for communities. CEFRIO Book Chapter V 5.2.

KURSUS 3: Analyse af kontekst

Tema 2: Analyse af kontekst

Hvad: Hvordan finder man ud af hvad der er behov for? Denne kursusgang introducerer til hvad der er central at forstå om brugere og brug forud for design af interfaces. Det er målet at alle grupper, i de efterfølgende øvelser, udarbejder en interviewguide som anvendes i eftermiddagens spørgetime. Herudover forventes det, at alle grupper efter spørgetimen udarbejder mindst et scenarie for det ikt-design som der arbejdes med.

Litteratur:

- Tidwell, J. (2011). Designing interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly. Kapitel 1 (what users do) side 1-22.
- Bødker, S. (2000). Scenarios in user-centred design – setting the stage for reflection and action. Interacting with Computers, 13(2000), 61-75.

KURSUS 4: Brugerpraksis

Tema 3: Brugerpraksis

Hvad: Denne kursusgang praksisser og problemstillinger i anvendelse af ikt-medieret kommunikation i organi-

sationer. Målet er at grupperne skal overveje og diskutere, hvilke problemstillinger, som I ser i anvendelsen af de valgte teknologier og strategier. Oprids, hvilke I finder mest kritiske, og angiv, hvordan I vil forsøge at tage højde for dem. Inddrag gerne teori fra faget kurset Organisation som kontekst for kommunikation.

Litteratur:

- Dourish, P.(2003). The appropriation of interactive technologies. Computer Supported Cooperative Work, 12. 465 - 490.
- Networked Business Factbook (2012-13). København: Social Semantics.
- Paroutis, S. & Saleh, A. A. (2009). Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies. Journal of Knowledge Management, 13 (4). 52 - 63. Online tilgængelig.
- Zhang, H., Choudhury, M. de, Grudin, J. (2014). Creepy but inevitable? The evolution of social networking. CSCW 2014. Social media in the enterprise, February 15-19, Baltimore (MD), USA. 368-378.

KURSUS 5: Design af brugergrænseflader

Tema 4: Design af brugergrænseflader

Hvad: Denne kursusgang introducerer grundprincipper for design af brugergrænseflader. Det er målet at alle grupper I de efterfølgende øvelser udarbejder minimum et forslag til brugergrænseflade for det ikt-design som der arbejdes med ud fra udvalgte principper i kursuspapiret (for at nå at lave øvelserne i øvelsestiden er det en fordel at have læst kursuspapiret før kursusgangen).

Litteratur:

- Tidwell, J. (2011). Designing interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly. Kapitel 4 (Organizing the Page) sider 131-190. Tilgængelig via AUB.
- Norman, D.A. (1986). Cognitive Engineering. I Norman & Draper: User centered systems design. New perspectives on Human-Computer Interaction. L. Erlbaum Associates, s. 32-61.

KURSUS 6: Design af informationsarkitektur

Tema 5: Design af informationsarkitektur (IA)

Hvad: Her præsenteres forskellige teknikker og metoder til at organisere, præsentere og søge information i ikt systemer. Denne viden skal bruges til at lave et IA kvalitetstjek af den organisering og de labels, som I lavede i brugergrænsefladedesignet. Opdater evt. designets organisation og labels. Udarbejd en blueprint for en af indholdssiderne i Jeres ikt-system. Diskuter og beslut desuden, om der skal være en søgefunktion. Udarbejd et design for søgeinterface, og angiv de søgefeatures, som I vil anvende.

Litteratur:

- Kalbach, J. (2007). Designing web navigation. Sebastopol (CA): O'Reilly. 54 - 118, 202-232.
- Tidwell, J. (2011). Designing interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly. Kapitel 2 og 3 (Organizing the Page) sider 25 - 129.

KURSUS 7: Evaluering af brugergrænseflader

Tema 6: Evaluering af brugergrænseflader og IA

Hvad: På denne kursusgang præsenteres metoder til evaluering af brugergrænseflader. Det er målet at alle grupper i de efterfølgende øvelser udfører som minimum en ekspert-evaluering af ikt-designet i den form som det har på kursusgangen. Der opfordres til at grupperne efter øvelsestimerne udfører bruger-tests på designet og gerne medtager bruger-kommentarer i tilbagemeldinger til casen.

Litteratur:

- Tidwell, J. (2011). Designing interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly. Kapitel 5 og frem
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2007). Interaction design: beyond human-computer interaction. Kapitel 12 og 13 (generelt om evaluering) + 14 afsnit 14.2 (Usability Testing) og afsnit 14.4 (Field Studies), kapitel 15 afsnit 15.1 (Inspections: Heuristic Evaluation and Walkthrough).

Eksamen

Kursusprøven er en intern skriftlig prøve, der tager udgangspunkt i et ikt-design udarbejdet af en eller flere studerende. Ikt-designet skal understøtte kommunikation i eller fra organisationer. Opgaven udarbejdes individuelt og må højst være på 10 sider. Opgaven skal demonstrere at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.

Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen. Opgaven bedømmes af censor og eksaminator.

Indholdet i den skriftlige opgave består primært af de portfolioopgaver, der beskrives for hver enkelt kursusgang.

Studiefagsmodul: Undersøgelles-, analyse- og interventionsmetodik (UAIM)

(§21 i studieordningen; 5 ECTS)

Placering

3. Semester Aalborg
Studienævnet for Humanistisk Informatik

Modulansvarlig

Tanja Svarre Jonassen & Søren Lindhardt

Type og sprog

Modulet er et studiefagsmodul
Undervisningen foregår på dansk og tekster er på dansk og engelsk

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om og forståelse af:

- organisationers strategiske kommunikation under hensyntagen til modtagere, brugere og deltagere
- og forståelse af avancerede metoder til analyse og udvikling af organisationers strategiske kommunikation.

Færdigheder i:

- at beherske og anvende metoder til dataindsamling med henblik på design af organisationers strategiske kommunikation.

Kompetencer til:

- at agere kritisk og etisk i forbindelse med valg og anvendelse avancerede metoder til modtager-, bruger- og deltagerundersøgelse og brugerinddragelse.

Fagindhold og begrundelse

Modulet omfatter en indføring i undersøgelses- og analysemetoder i forbindelse med tilrettelæggelse og design af organisationers strategiske kommunikation. Modulet udmøntes i to fokusfelter, der begge sikrer den studerende viden om og kompetencer til at indsamle og behandle data, der kan omsættes til konkret udvikling af organisationers kommunikation og kommunikationssystemer, herunder (især) IT-systemer. Den studerende toner sin faglighed i forhold til enten intervention og deltagende metoder eller målgruppe-, data- og interessentanalyse, idet der her afholdes undervisnings-aktiviteter inden for to hovedområder:

- Intervention og deltagende metoder til design af organisationers strategiske kommunikation.
- Målgruppe-, data- og interessent-analyse til design af organisationers strategiske kommunikation.

Undervisningsaktiviteterne bliver inden for følgende fire delområder:

- Interventionsmetodik
- Målgruppeanalyse
- Data og interessentanalyse
- Deltagende metoder

UAIM bygger videre på den studerendes metodeundervisning og -bevidsthed. Det sker med henblik på udvikling af den studerendes evne til systematisk at kunne generere et empirisk materiale og til analytisk at bearbejde et sådant materiale, samt med henblik på udvikling af den studerendes forståelse for forskellige typer af undersøgelses- og interventionsformer, og i den forbindelse udviklingen af den studerendes evne til etiske og kritiske metoderefleksioner.

Undervisningsaktiviteterne på UAIM tilrettelægges som hovedsageligt enten kvalitativt orienteret eller kvantitativt orienteret (de såkaldte fokusfelter eller toninger). Begge fokusfelter har strategi, organisation og kommunikation som omdrejningspunkter. Den kvalitative dimension tænkes hovedsageligt som rettet mod interventions- og medarbejder-/brugerinvolverende metodikker (aktionsforskning og diskursteorier), og den kvantitative dimension tænkes hovedsageligt rettet mod metodikker til undersøgelse af marked og målgrupper.

Omfang og forventning

Undervisningsformen vil være en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier og metoder samt øvelser, hvor de studerende individuelt, i grupper eller på plenum løser opgaver og reflekterer over metodologiske problemstillinger vedrørende undersøgelsesdesign og fagets videnskabsteori.

Modulet har en ECTS belastning på 5 hvilket svarer til en arbejdsbelastning for den studerende på 137,5 timer

Modulaktiviteter

UAIM-kurset planlægges og afvikles i forlængelse af undervisningen til kvalificering af projektmodulet og i forbindelse med semestrets projektgruppedannelse og problem-formuleringsfase.

UAIM-kurset består af dels et fællesforløb og dels et antal workshops. Fællesforløbet introducerer til de to fokusfelter: Intervention og deltagende metode samt målgruppe- og interessentanalyse. Efter fællesforløbet følger et antal workshops med vægt på et af de to fokusfelter (de såkaldte toninger), der præsenterer og demonstrerer konkrete teoretiske og metodiske tilgange og undersøgelsesdesign.

Den studerende toner sin faglighed ved at vælge ét af de to fokusområder og følger de workshops, der er knyttet til det valgte fokusområde.

Kurset afsluttes med et fællesforløb.

Kursusorganisering

UAIM-kurset planlægges og afvikles tidligt på semesteret og planlægges afsluttet omkring projektopstartsfasen og gruppedannelsen i uge 41. Således kan studiefaget UAIM være en ressource for projektarbejdet og inspirere til teorivalg og metodeudvikling samt informere tilgangene til projekternes problemfelt og -formulering. Kurset indledes med et fællesforløb, der giver en introduction til de to fokusfelter: Intervention og deltagende metode samt målgruppe- og interessentanalyse. Fællesforløbet skal gøre den studerende i stand til at vælge ét af de to fokusområder. Valget giver den studerende mulighed for at "tone" sin uddannelse i den ene eller anden retning. Umiddelbart i forlængelse af det introducerende fællesforløb skal den studerende meddele, hvordan studiefaget "tones". Efter fællesforløbet følger otte kursusgange med vægt på et af de to fokusfelter (de såkaldte "toninger"). På de enkelte kursusgange præsenteres og demonstreres konkrete teoretiske og metodiske tilgange og undersøgelsesdesign. Bemærk at den studerende skal følge de fire kursusgange under det valgte fokusfelt (enten UAIM hold 1 eller UAIM hold 2).

Kurset afsluttes med et fællesforløb. Modulets afløsning/prøve UAIM består enten ved "tilfredsstillende aktiv deltagelse" på kurset eller med den studieordningsbestemte individuelle skriftlige prøve (jf. §21 i den gældende studieordningen). Den skriftlige prøve planlægges som en tre dages hjemmeopgave i januar måned 2015. Afløsningen gennem "tilfredsstillende aktiv deltagelse" vil blive forklaret i forbindelse med den introducerende fællesforløb og kursusopstarten.

UAIM Fælles 1: Introduktion

UAIM er 3. semesters bidrag til udviklingen af den studerende videnskabsteoretiske forståelse og en del af den studerendes videnskabsteoretisk dannelsesforløb, der ifølge gældende studieordning skal prøves på BA uddannelsens 6. semester i forbindelse med den skriftlige prøve i Fagets videnskabsteori. I forbindelse med fællesforløbet skal den studerende desuden vælge et af de to hovedområder og således "tone" sin metodeteoretiske faglighed i den ene eller anden retning. Valget vejledes på fællesforløbet.

Litteratur:

Habermas: Erkendelse og interesse. I: Jürgen Habermas: Teknik og videnskab som ideologi, DET lille FORLAG, 2005.

UAIM 1: Nexusanalyse - Hold 1

Under denne kursusgang giver vi en introduktion til diskursbegrebet, diskursanalyse og sprogets rolle i analyser af kommunikation i organisatorisk kontekst. Vi præsenterer ideen om at opbygge et dataarkiv og giver inspiration til indsamling af forskellige datatyper. Derudover fokuserer vi på én retning inden for det diskursanalytiske felt: Nexusanalyse, som er et bredt favnende metodologisk og teoretisk rammeværk. Nexusanalyse kombinerer en etnografisk metodisk tilgangsvinkel med diskursanalyse og har til formål at kortlægge de centrale (men ikke nødvendigvis diskursive) praksisser inden for et givent undersøgelsesfelt. Det særlige ved Nexusanalyse som diskursanalytisk rammeværk er, at sproget ikke har så central en placering, som det har i andre diskursanalytiske retninger. Derimod ligger den primære interesse i menneskers sociale handlinger. Disse handlinger vil altid være medierede af teknologier eller kulturelle artefakter (medierende midler). Ofte er det dog sproget, dvs. diskurser, som medierer sociale handlinger, men dette skal ikke tages for givet. Nexusanalyse er særligt velegnet til at studere: 1) situerede handlinger (det være sig alle her-og-nu-gøremål såsom møder eller praksisser) 2) årsagen til, at handlingerne ser ud, som de gør (fortiden) samt 3) muligheden for at ændre måden, hvorpå handlingerne udføres (i fremtiden) Således kan Nexusanalyse bruges til at undersøge (strategisk) kommunikation i og fra organisationer. Nexusanalyse har et tungt metodisk fokus på dataindsamling og feltar-

bejde, og kursusgangen vil lægge vægt på, hvordan en neksusanalyse konkret kan gribes an i undersøgelser af kommunikation i og fra organisationer. Der vil være øvelser i, hvordan I kan anvende Neksusanalyse i jeres projekter.

Litteratur:

McIlvenny, Paul & Raudaskoski, Pirkko (2009): Ron Scollon. I Kolstrup, Søren, Agger, Gunhild, Jauert, Per & Schrøder, Kim (red.): Medie- og kommunikationsteoretisk leksikon. København: Samfundslitteratur: p. 126-128.

Scollon, Ron & Wong Scollon, Suzie (2004): Appendix: Fieldguide. I Nexus Analysis. New York: Routledge.

UAIM 2: Kritiske diskurstori og multimodal diskursanalyse - Hold 1

Hovedformålet med denne kursusgang er at give bud på, hvorledes man kan tilrettelægge og gennemføre en metodisk reflekteret diskursanalyse med udgangspunkt i hhv. Ernesto Laclau og Sigrud Norris. På kursusgangen vægtes et "How to" i den forstand, at der gives konkrete eksempler på, hvorledes de to tilgange operationaliseres til en konkret analysestrategi, der kan anvendes i empirisk studier. Kursusgangen bliver en kombination af oplæg og øvelser.

Litteratur:

"Theory, Democracy and the Left: An Interview with Ernesto Laclau" (with M. Hernandez, S. Lee and C. Pessoa), Umbra 6 (2001): 7-27.

Andersen, Niels Åkerstrøm: "Diskursive analysestrategier", Nyt fra Samfundsvidenskaberne (1999): 87-106

Supplerende litteratur:

Jørgensen, Marianne Winther & Louise Phillips: "Diskursanalyse som teori og metode", Samfundslitteratur Roskilde Universitetsforlag, 1999.

UAIM 3: Design med brugere - Hold 1

På kurset behandler professor i brugerinvolverende design Ellen Christiansen tre grundprincipper for design med brugere: 1. Vær i Øjenhøjde 2. Kend dit handlerum i design processen 3. Sørg for at brugerne får et konkret udbytte Workshoppen begynder med en kort forelæsning om Skandinavisk tradition for brugerinddragelse i software udvikling. Derpå behandler vi de tre principper, et for et, gennem kursusholder-oplæg om de opgivne tekster/video, efterfulgt af diskussion to og to, og en fælles opsamling.

AD 1 Vær i øjenhøjde Walk along: Læs Lykke & Jantzen: Walking around ..
https://www.dropbox.com/s/8p06t5vc95gsbkm/LykkeJantzen_Interact_2013.pdf

Spørgsmål: Hvordan vil I planlægge og efterbearbejde en "walk along"?

Ad 2: Kend dit handlerum i design processen – SCRUM in ten minutes

Spørgsmål: Hvor i processen vil I vil inddrage brugere?

Ad 3: Sørg for at brugerne får et konkret udbytte Læs: Jacobsen og Christiansen: Hvor farligt er det farlige feltarbejde?

http://sociologi.samf.aau.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/Sociologiske_arbejdsrapporter/Arbpaapir_nr4.pdf s

Spørgsmål: Hvordan skal spørgsmålet om brugernes umiddelbare udbytte af deltagelse i talesættes af jer?

UAIM 4: Organisatoriske diskursstudier - Hold 1

Denne kursusgang giver et kort rids over forskningsfeltet Organizational Discourse Studies (ODS). Forskere indenfor ODS arbejder på forskellig vis udviklende og forandringsorienteret i organisatoriske kontekster med diskurs som drivkraft. ODS har ligheder med Neksusanalyse (som I også er præsenteret for på UAIM-kurset)

men også forskelle. På kursusgangen nævnes bl.a. diskurspsykologi (og herunder positioneringsteori). Desuden inddrages et kritisk-analytisk perspektiv på organisationskommunikation og -forandring, og vi giver eksempler på centrale diskursanalytiske problemstillinger og spørgsmål. Vi drager bl.a. løbende eksempler ind fra Ann Bagers Ph.d. arbejde, hvor hun har arbejdet udviklende med en gruppe ledere, forskere og kandidatstuderende med det formål at co-producere viden i og om ledelseskommunikative praksisser. Kursusgangen kombinerer således en kritisk-analytisk tilgang med en udviklende og forandringsorienteret tilgang til organisationskommunikation. Der introduceres desuden til Bakhtins dialogforståelse, idet dialogicitet ofte anses som et oplagt bindeled mellem studiet af organisatoriske dialogiske praksisser og diskurs.

Litteratur:

Bager, A. (2013): Dialogue on Dialogues - Multivoiced Dialogues (Dialogism) as Means for Co-Production of Knowledge in and on Leadership Communicative Practices, Akademisk kvarter vol. 6. s. 146 - 159

Fairclough, N. (2005): Discourse Analysis in Organization Studies: The Case for Critical Realism. Organization Studies 26 (6): 915-939. [tilgængelig via AUB]

Iedema, R. & D. Grant (2005): Discourse analysis and the study of organizations. Text, 25 (1), Walter de Gruyter.

Critical Discourse Analysis. In Encyclopedia of Communication Theory. 2012.

Dialogue on Dialogues - Multivoiced Dialogues (Dialogism) as Means for Co-Production of Knowledge in and on Leadership Communicative Practices URL

Discourse analysis and the study of organizations. File

Critical Discourse Analysis - Encyclopedia of Communication Theory 2012 File

UAIM 1: Empiriske kulturstudier - Hold 2

Der er efterhånden gået det meste af fire årtier siden de kritiske, britiske kulturstudier første gang blev præsenteret for forskersamfundet. Fokus for de tidligste studier ved den såkaldte Birminghamskole var på de "afvigende unge" og på deres livsstil. Rammen for disse marxistisk inspirerede studier var, at samfundet er delt i to dimension: Mellem arbejderklassen og "alle de andre" på den ene side, og den etablerede, hegemoniske kultur og de fremvoksende og relativt autonome subkulturer. I dette teorikompleks spillede semiotikken og teorien om det ideologiske betydningskredsløb en vigtig rolle. Hvordan kan vi forstå livsstil som en semiotisk guerilla krig, og hvordan markeres grænser mellem unge og deres forældre? Et interessant studie – ikke af generationskonflikt – er David Morleys udforskning af "Family Television" (1986), hvor mønstre i familiers brug af fjernsyn blev set som en arena for kulturkampen i familien. Et andet interessant studie – som er mere teknogorienteret og dermed bredere orienteret mod studier af forbrugsobjekt, hverdagsartefakter og kommunikationsteknologi, er Roger Silverstones og kollegaers udforskning af domesticering af medier (1992). Begge studier er udtryk for kvalitative empiriske kulturstudier.

Litteratur:

Andersen, Tem Frank (2005): Unge og Computerkultur. Aalborg Universitet: Institut for Læring (PdD afhandling) – Kapitel 2 (tilgængelig på <http://tem-frank-andersen.blogspot.com>).

Hall, Stuart (1980). Encoding/decoding. In Stuart Hall (ed.): Culture, Media, Language. London: Hutchinson.

Morley, David (1986). Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure. London: Comedia

Silverstone, Roger; Eric Hirsch & David Morley (1992). Information and communication technologies and the moral economy of the household. In: Roger Silverstone & Eric Hirsch, eds.: Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces. London: Routledge.

Andersen, Tem Frank (2005). Unge og Computerkultur. Ambivalenser og socialt spillerum i gymnasieelevers computerbrug. Aalborg Universitet: Institut for Læring (PhD afhandling) URL

UAIM 2: Antropologiske variationer af empiriske kulturstudier - Hold 2

Den tyske sociolog Niklas Luhmann arbejder ud fra den centrale hypotese, at sociale systemer består af kommunikation. Et samfund er derfor det flow af kommunikation som spindes ud mellem mennesker, med og uden medier. Men hvordan kan empirisk søge at udrede de forskellige mønstre, som vi intuitivt oplever hver dag?

Den amerikanske antropolog Mary Douglas og den franske kultursociolog/antropolog Pierre Bourdieu tilbyder med deres teori om "thought styles" og "kapital" og "habitus" en mulighed for at udrede disse mønstre ud fra en formal kategorisk tilgang. En væsentlig hypotese i Bourdieus og Douglas' arbejder er, at mennesker konstruerer deres livsstil og deres identitet ud af et princip om "miskendelse": Jeg er i kraft af, at jeg ikke er som de andre!

Litteratur:

Bourdieu, Pierre (1995): Distinktionen – en sociologisk kritik af dømmekraften. Oslo: Pax

Douglas, Mary (1996): Thought styles: Critical essays on good taste. Sage

UAIM 3: Strategisk- og oplevelsesbaseret kommunikation - Hold 2

Forelæsningen vil handle om, hvordan vi kan forstå modtageren ud fra et oplevelsesmæssigt og strategisk perspektiv. Der vil blive gennemgået forskellige segmenteringsmodeller, og I vil blive præsenteret for Umberto Eco's modellæser-begreb i relation til strategisk kommunikation. Derudover skal vi beskæftige os med tilrettelæggelse af markedsføring, når en given målgruppe er valgt ud fra et bestemt produkt. Det vil sige, at omdrejningspunktet vil være segmenteringsmodeller, beslutningsprocesser og strategisk markedsføring.

Supplerende litteratur vil blive opgivet på kursusdagen. Litteratur:

Damasio, A. R. (1994). Descartes' Error. New York: G. P. Putnam's Sons.

Duncan, S., & Barrett, L. F. (September 2007). Affect is a form of cognition: A neurobiological analysis. *Cognition & Emotion*, 21 (6), s. 1184-1211. Theory. København: Copenhagen Business School Press.

Jantzen, C., & Vetner, M. (2007b). Oplevelsen som identitetsmæssig konstituent: Oplevelsens socio-psykologiske struktur. I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen (Red.), *Forbrugssituationer: Perspektiver på oplevelser*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Jantzen, C., & Vetner, M. (2007a). Oplevelsens psykologiske struktur. I J. Sundbo, & J. O. Bærenholdt (Red.), *Oplevelsesøkonomi: Produktion, Forbrug og Kultur*. København: Samfundslitteratur.

Jantzen, C., & Østergaard, P. (2007). NYD DET! NYD DET! Den moderne hedonisme og densmentalitetshistoriske forudsætninger. I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen (Red.), *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug* (s. 83-113). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Merit, Søren & Nielsen, Trine (2007): *Vinderkoncepter - brugerdreven innovation og forretningsudvikling*. 2. udgave, 1. oplag. København: Børsens Forlag.

Sepstrup, P. (2007). *Tilrettelæggelse af information* (3. udg.). Århus: Academica.

Sørensen, J. (2007). Emotioners rolle i forbrugeroplevelser. I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen (Red.), *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug* (s. 183-200). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Thompson, C. J., Locander, W. B., & Pollio, H. R. (September 1989). Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research*, 16 (2), s. 133-146.

UAIM 4: Statistik - Hold 2

Formålet med denne kursusgang er at give indblik i den statistik, der er relevant at kende på en humanistisk uddannelse. Vi tager udgangspunkt i bogen Indblik i statistik med nogle nedslag i, hvor statistikken kan bidrage med en kvantitativ forståelse for og indsigt i et datasæt.

Litteratur:

Tullis & Albert (2013). *Measuring the User Experience* (2. udg.). Waltham: Morgan Kaufman. Tilgængelig her. Kap. 2.

Malchow-Møller & Würtz (2014). *Indblik i statistik: For samfundsvidenskab* (2. udg.). København: Hans Reitzel

UAIM - det afsluttende fællesforløb om nye eksperimentale tilgange til empiriske adfærdsstudier

I disse år beriges humaniora med 3 nye empiri former: biosensorer, logdata og Ecological Momentary Assessments. Disse nye empiriformer rejser en række fundamentale forskningsmetodiske spørgsmål og åbner en række nye forskningsfelter. Spørgsmål som hvad er hermeneutik?, hvornår er data kvalitative? Hvordan gennemføres mixedmethod undersøgelser. Nye forskningsfelter er organisationsstudier med brug af Ecological Momentary Assessments, musikoplevelse studeret med brug af sensorer, quantified self eksperimenter mm. I denne kursusgang vises en række eksempler på nye forskningsprojekter med brug af de nye empiri kilder og betydning af at studerende arbejder med de fundamentale forskningsmetodiske spørgsmål og skriver projekter indenfor de nye forskningsfelter. Kurset afslutter studiefaget UAIM og lægger op til 4. semesters metode-undervisning, der i højre grad er rettet mod undersøgelse af empirisk adfærd og reception hos "bruger" og "modtager". I forlængelse af oplægget om "Big Data" vil I få stillet den forventede gruppebaserede refleksionsopgave, der afløser den studieordningsbestemte skriftlige prøve i studiefaget ved såkaldt "aktiv deltagelse". Der vil være mulighed for at stille spørgsmål til refleksionsopgaven i forbindelse med fællesafslutningen.

Litteratur:

"Quantified Self – The Idea That Will Revolutionize Medicine" fra Healthmad, oktober 2012

18 minutters video "The History and Future of QS" af en af grundlæggerne af Quantified Self bevægelser <http://quantifiedself.com/2012/10/kevin-kelly-on-the-history-and-future-of-qs/>

Geoffrey Miller: *The Smartphone Psychology Manifesto*, *Perspectives on Psychological Science* 2012 7: 221

Eksamen

Kurset kan afløses ved tilfredsstillende aktiv deltagelse eller i form af en intern skriftlig prøve.

Den skriftlige prøve har form af en bunden 3-dages hjemmeopgave, hvor den studerende på baggrund af modulet besvarer det eller de udleverede spørgsmål inden for fagområdet. Opgavebesvarelsen må højst være på 10 sider og udarbejdes individuelt.

Opgavebesvarelsen bedømmes som bestået/ikke bestået. Opgaven bedømmes af eksaminator. Opgaver som bedømmes til ikke bestået, bedømmes tillige af en censor.

Afløsning ved tilfredsstillende aktiv deltagelse i kursusundervisningen indebærer, at den studerende har indløst samtlige opgaver/øvelser, som stilles i løbet af kurset.