



AALBORG UNIVERSITET

STUDIENÆVNET FOR
KOMMUNIKATION
OG DIGITALE MEDIER
EFTERÅR 2015

Semesterbeskrivelse 3. semester Kommunikation og digitale medier Aalborg

Overordnet semesterbeskrivelse

Oplysninger om semesteret

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

Studienævn: Kommunikation og Digitale Medier

Studieordning: Studieordning for bacheloruddannelserne i Kommunikation og Digitale Medier, Informationsvidenskab, Interaktive digitale medier og Kommunikation, september 2015:
http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/109/109590_ba_kommunikationogdigitalemedier_2015_hum_aau.dk.pdf

Semesterets temaramme - introduktion

Her beskrives projektmodulets temaramme. Med beskrivelsen af temarammen redegøres for sammenhænge mellem kursusundervisning organiseret under projektmodulet og de projekter, der kan skrives under projektmodulets temaramme. Det vil sige at temarammen både afgrænser hvilke type af projektemner, der kan godkendes som relevante under temarammen på semestret og anviser hvorledes projektmodulets kursusundervisningen understøtter projektarbejdet.

Projektmodulets temaramme er kommunikation og strategi. Temarammen bygger videre på de foregående semestres temarammer. 1. semester omhandler medier og kommunikationsprodukter og 2. semester omhandler interpersonelle kommunikationsprocesser. På 3. semester omhandler temarammen således strategi i forbindelse med medierende kommunikationsprodukter og interpersonelle kommunikationsprocesser. Temarammen på 3. semester fokuserer på kommunikation og strategi i relation til organisationer, virksomheder og institutioner. Organisation er hermed antaget som den referentielle ramme (eller konteksten) for kursusundervisningen og projektarbejdet på semestret. Således fortsættes arbejdet med uddannelsens faglige tilgang til medierede kommunikationsprodukter og interpersonelle kommunikationsprocesser på uddannelsens 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 med strategi, kommunikation og organisation. Kommunikationsprocesser omhandler bredt forstået adfærd, handlinger og interaktionsprocesser forbundet med strategi, kommunikation og organisation. I den sammenhæng er kommunikationsprodukter bredt forstået som forskellige tekstformer, artefakter og symbolske handlinger forbundet med anvendelsen af forskellige medieteknologier. I den forbindelse forstås strategi som meningsfyldte, tilrettelagte og styrede organisationsintern og/eller organisationsekstern processer og som meningsfuld menneskelig adfærd forbundet med disse tilrettelagte og styrede organisationsforankrede kommunikationsprocesser. Organisation bliver hermed forstået som en arena for studier af meningsfyldte menneskelige handlinger og kommunikation, som antagelsesvist er produkter af målrettede og middellorienterede strategiske handlinger og kommunikationsprocesser.

Det giver anledning til at belyse forskellige organisationsforståelser og give et overordnet teoretisk perspektiv på organisationen som både et særligt historisk samfundsmæssigt fænomen og som en særlig samfundsmæssig struktur, der producerer og reproducerer menneskelige relationer og handlinger.

Dermed rettes opmærksomheden også på en række organisationsteoretiske forhold, der gør sig gældende, når man vil 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, identitetsforvaltning og positionering mellem forskellige organisationsinterne og organisationseksterne interesser. Hermed åbnes der også op for et mere modsætningsfyldt syn på kommunikation, strategi og organisation. Derfor bliver konfliktorienterede organisationsteoretiske aspekter såsom konkurrence og kamp om ressourcer og anerkendelse, magt, dominans og kontrol inddraget som væsentlige og relevante teoretiske perspektiver, når man vil studere og komme til forståelsen strategisk kommunikation i og fra organisationer.

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 konkrete kommunikationsløsninger.

Dette overordnede læringsmål på semestret understøttes af tre studiemoduler: projektmodulet og to studie-fagsmoduler. 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; 15 ECTS-point)

Modulet omfatter dels et antal kurser og øvelser, dels projektarbejde i relation til modulets tema. Modulet omhandler strategisk kommunikation med fokus på kommunikation i og fra organisationer. I løbet af semesteret arbejder den studerende med analyse og design af organisationskommunikation.

I tilknytning til modulet afholdes undervisningsaktiviteter inden for følgende områder:

- Organisation som kontekst for kommunikation og IKT
- Organisations- og markedskommunikation
- Medieteknologier og modtagerpositioner
- Strategisk kommunikation
- Virksomhedsøkonomi
- Grundlæggende webdesign.

Semestret er organiseret sådan, at studerende fra andre studieordninger deltager i projektmodulet (her Bachelor i Informationsteknologi, Bachelor i Informatik, BA-tilvalg).

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

Ankerlærere: Søren Lindhardt, Marianne Lykke og Tem Frank Andersen

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

Modulbeskrivelser

Projektmodul: Kommunikation og strategi

Modulet udgør 15 ECTS point svarende til 412,5 arbejdstimer

Placering

3. Semester Aalborg
Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier

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 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 – projektarbejde og kursusundervisning

Projektarbejdet og projektgrupperne

Modulet gennemføres som projektarbejde i projektgrupper. Projekttemnerne støtter sig til den undervisning, der beskrives herunder. Projektgrupperne etableres tidligt på semestret, og fungerer i første periode som "læsegrupper". Senere på semestret danner projektgrupperne projekttemner og udarbejder problemstillinger indenfor følgende tre emneområder:

- organisationsintern strategisk kommunikation
- organisationsekstern strategisk kommunikation
- IKT-understøttet strategisk kommunikation i og fra organisationer.

Der tildeles vejleder til projektgrupperne, når projektemner og problemstillinger er blevet fagligt godkendt under temarammen.

Kursusundervisninger er organiseret i følgende kurser:

- I: Organisation som kontekst for kommunikation (OsKfK)
- II: Strategisk kommunikation som teori og metode
- III: Virksomhedsøkonomi
- IV: Grundlæggende web-design

Der bliver opgivet litteratur til projektmodulet i form af grundbøger og obligatorisk kursislitteratur. Grundbøgerne er overordnet litteratur, der anbefales anskaffet. Den obligatoriske kursislitteratur fremlægges i moodle som overordnet grundlæggende litteratur og som forberedelse til kursusundervisningen. Grundbøger og obligatorisk kursislitteratur anses for væsentlige for indfrielsen af projektmodulets målsætninger. Der vil desuden blive anbefalet supplerende litteratur i forbindelse med kursusundervisningen. Supplerende litteratur uddyber temaer og problemstillinger introduceret i kursusundervisningen og anses ikke for at være obligatorisk eller for at være en forudsætning for indfrielse af projektmodulets målsætning.

Kurserne beskrives nedenfor.

I: 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 en særlig kontekst for organisationers interne og eksterne kommunikation.

Kurset består af to dele. En indledende grundkursusdel (organisationsteori) og en efterfølgende temaorganiseret forelæsningsrække. Grundkursusdelen består af fem forelæsninger med forskellige øvelsesaktiviteter. På grundkurset anskueliggøres, hvordan organisation som kontekst præger kommunikation i og fra organisationer. Forskellige dominerende organisations- og managementteoretiske 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 del af kurset består af en række forelæsninger, der på forskellig vis tematiserer kommunikation, strategi og organisation, og der gives eksempler på problemstillinger vedrørende kommunikation og strategi med organisation som kontekst.

Overordnet obligatorisk litteratur (fremlægges):

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

Organisationsteoretisk grundbog (anskaffes):

- Jaffe, David (2001). *Organization Theory. Tension and Change*, McGraw-Hill.

Kursusplan for OsKfK. Kursus 1 til 5 er det organisationsteoretiske grundkursus. Kursus 6 til 14 er temaorganiserede forelæsninger om problemstillinger vedrørende kommunikation og strategi med organisation som kontekst (med forbehold for ændringer – eventuelle justeringer og ændringer kommer i moodle).

Kursus 1: Arbejde og organisation

På den første kursusgang 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 an-

skues? Workingpaper (Tilgængelig i kursusmaterialer)

- Morgan, Gareth (2006): Interest, Conflict, and Power. Organizations as Political Systems. Uddrag fra: Image of Organization, SAGE Publication (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Jaffe, David (2001). Organization Theory. Tension and Change, McGraw-Hill (kapitel 1 og 2).

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, F.W. Scientific Management. Uddrag fra Frederick W. Taylor: Scientific Management. I: Clark, Candler & Berry (1999). Organization and Identity, Int. Thompson Business Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Braverman, H. Scientific Management. Uddrag fra Harry Braverman (1974): Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Jaffe, David (2001). Organization Theory. Tension and Change, McGraw-Hill (kapitel 3)

Kursus 3: Human Relation Skolen

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

Litteratur:

- Mayo, E. The workgroup and positive mental attitudes. I: Clark, Chandler & Berry (1999). Organization and Identity, Int. Thompson Business Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Roethlisberger & Dickson. Group restriction of output. I: Clark, Chandler & Berry (1999): Organization and Identity, Int. Thompson Business Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Ciulla, J.B (2000). Taming the Worker. Uddrag fra: Joanne B. Ciulla: The Working Life. The Promise and Betrayal of Modern Work, Three Rivers Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Jaffe, David (2001). Organization Theory. Tension and Change, McGraw-Hill (kapitel 4)

Kursus 4: Neo Human Relation Skolen

På den fjerde kursgang gennemgås forskellige traditioner indenfor Neo-human relationsskolen, 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, F. Motivation through Jobenrichment. I: Clark, Chandler & Berry (1999): Organization and Identity, Int. Thomson Business Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Hollway, W (1996). 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 (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Tynell, J (2002). Det er min egen skyld - nyliberale styringsrationaler inden for Human Resource Management. I: Tidsskrift for arbejdsliv, 4. årg. nr. 2 (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Jaffe, David (2001). Organization Theory. Tension and Change, McGraw-Hill (kapitel 4)

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 kursgang lægge vægt på kontinuiteten i forhold til den klassiske Taylorisme. Managementkonceptet LEAN-production vil blive inddraget.

Litteratur:

- Collinson, D.L. (2003). Identities and insecurities: Selves at work. I: Organization, Vol 10 nr. 3, (Tilgæn-

gelig i kursusmaterialer)

- Deetz, S (1998). Discursive Formations, Strategized Subordination and Self-surveillance. I: McKinlay og Starkey: Foucault, Management and Organization Theory, SAGE (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Ray, C. A. Corporate Culture as a Control Device. I: Clark, Chandler & Berry (1999): Organization and Identity, Int. Thomson Business Press (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Casey, C (1999). Come Join our Family. I: Human Relation, vol 52 (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Prætorius, N (2004). Livet som undtagelsestilstand. I: Psyke & Logos (Tilgængelig i kursusmaterialer)
- Jaffe, David (2001). Organization Theory. Tension and Change, McGraw-Hill (kapitel 6 og 7)

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, F. mdf. (1998). Organisational Participation - Myth or reality? Oxford University Press
- <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 erfaringsbehandler 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:

- Bergström, Göran & Kristina Boréus (2000): *Innehållsanalys*. I: "Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys", Studentlitteratur

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)
- Thompson, J. B. (1990). The Concept of Ideology. I: "Ideology and Modern Culture", Stanford University Press

Kursus 9: Intimideringskommunikation

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

Litteratur:

- Borchmann, T & B. T. Pedersen, mdf (2008). Intimideringskommunikation. Aalborg Universitetsforlag (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, M. De psykiske belastninger i arbejdet. I: Petersen, E. & Knud-Erik Sabroe (1984): "Arbejdspsykologi. Arbejde, arbejdsmiljø og arbejdsorganisation".
- Netwton, T. (1995). Introduction: Agency, Subjectivity and the Stress Discourse. Uddrag fra: "'Managing' Stress", SAGE Publications.

Kursus 11: Organisationskultur

På forelæsningen introduceres to forskellige tilgange til organisationskultur: en funktionalistisk tilgang og en symbolsk tilgang. Der vil være diskussion af styrker og svagheder ved organisationskulturbegrebet i relation til

organisationsforståelsen på semestret.

Der vil desuden blive forslået tilgang til undersøgelse og analyse af "kulturen" i organisationer. Her antages et organisationssociologisk og semiotisk perspektiv.

Litteratur:

- Hansen, Heidi (2011). Kommunikationstrekanten. Kapitel 3 i: "Kommunikation skaber din organisation". Hans Reitzels Forlag.
- Jaffe, David (2001). *Organization Theory. Tension and Change*, McGraw-Hill (kapitel 7).
- Reed, Michael I. (1992). Thematic Continuities, I: "The Sociology of Organizations. Themes, Perspectives and Prospects", Harvester Wheatsheaf.
- Schein, Edgar H. (2010). Defining Organizational Culture. In: Edgar Schein: *Organizational culture and leadership*. San Fransisco: Joessey-Bass.
- Smircich, Linda (1983). Organizations as shared meanings. In: L. Pondy et al.: *Organizational Symbolism*. Greenwich: JAI Press.

Kursus 12: Diskurser i organisationer

På kurset introduceres til forskellige tilgange til diskursstudier i organisationer. Der vil blive taget udgangspunkt i konkrete cases.

Litteratur:

- Planlægges i Moodle

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 workshopen

Kursus 14: Teknologiforandring som anledning til organisationsforandring

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

Litteratur:

- Beverly H. Burris: *Computerization of the Workplace*, *Annu. Rev. Sociol.* 1998, 24:141-57
- Jaffe, David (2001). *Organization Theory. Tension and Change*, McGraw-Hill (kapitel 8)
- 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

II: Strategisk kommunikation som teori og metode

1. kursusgang: Strategisk kommunikation som forskningsfelt (2 lektioner)

På denne kursusgang arbejder vi med at definere strategibegrebet. Hvad vil det sige, at en organisation handler strategisk, og hvordan kan man analysere strategisk kommunikation? Organisationen er omdrejningspunktet, og på kursusgangen vil vi via en case undersøge, hvordan forskellige kommunikationsprodukter og -tiltag kan forstås som udtryk for en strategisk intention.

Litteratur til 1. kursusgang:

- Falkheimer, J., & Heide, M. (2014). From Public Relations to Strategic Communication in Sweden: The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge. *Nordicom Review*, 35(2), 123–138.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.

2. kursusgang: Analyse og design af strategisk markedskommunikation (2 lektioner)

Denne kursusgang efterfølges af en øvelsesworkshop. Vi kommer til at arbejde teoretisk og praktisk med ana-

lyse og design af strategisk markeds kommunikation. Via bl.a. målgruppe- og situationsanalyser skal I lære at beskrive, analysere, vurdere og udvikle kommunikation. Organisationens kommunikation er stadig i fokus, og vi arbejder videre med casen fra sidste kursusgang.

Litteratur til 2. kursusgang:

- Habermas, J. (1996). Some distinctions in universal pragmatics. *Theory and Society* 3, 155-167 (link på moodle)
- Hestbæk Andersen, T., & Smedegaard, F. (2012). *Diamanten: en model til kommunikationsplanlægning*. (s. 11-99), Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Sepstrup, P., & Fruensgaard, P. (2010). *Tilrettelæggelse af information: kommunikations- og kampagneplanlægning* (side 22-28, 191-192, 216-226), København: Academica. (pdf på moodle)

3. kursusgang: Øvelsesworkshop (4 lektioner)

Med udgangspunkt i de forgående kursusgangene 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 mediefornidlet kommunikation. Der vil være tale om en kombination af forelæsning og workshop med mulighed for at gøre overvejelser og diskutere 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.

III: 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.

Kursusplan vil fremgå af moodle efter semesterstart.

IV: 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.

Kursusplan vil fremgå af moodle efter semesterstart.

Eksamen

Projektmodulets prøve (prøve 8 ifølge studieordningen)

En intern kombineret skriftlig og mundtlig prøve i ”**Kommunikation og strategi (Communication and Strategy)**”.

Prøven foregår som en samtale mellem den studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport.

Litteraturgrundlag: 1500 standardsider vejledergodkendt, selvvalgt litteratur i tilknytning til projektet.

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

Normeret prøvetid: 30 min.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen.

Projektrapporten og den mundtlige samtale skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 15 ECTS-point.

Studiefagsmodul: Design og IKT med organisationen som kontekst

Placering

3. Semester Aalborg

Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier

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:

- realiseringen af strategisk kommunikation, herunder relationen mellem menneskelige og tekniske forudsætninger herfor

Færdigheder i:

- at arbejde kritisk og konstruktivt med at understøtte samarbejde, kommunikation og interaktion i digitale miljøer under hensyntagen til deres konkrete organisatoriske indlejring

Kompetencer til:

- at agere kritisk og konstruktivt i relation til analyse, udvikling og implementering af kommunikation og informationsteknologiske løsninger, idet der er fokus på disse løsningsers organisatoriske betydning.

Fagindhold og begrundelse

Modulet behandler, hvordan forskellige digitale kommunikationsformer og ikt-systemer tages i anvendelse med strategiske intentioner i organisationer.

Modulet integrerer undervisningsaktiviteter inden for to områder:

- 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. Organisationer er således både betydende, når man designer systemer til organisationens 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?
- Hvad er det for information, der skal kommunikeres?
- Hvem er brugerne?
- I hvilken sammenhæng skal systemet bruges?

- Hvilke opgaver og aktiviteter skal systemet understøtte?
- Hvad er brugernes forudsætninger?

Man må også forholde sig til organisationen som udviklingsarena:

- Hvordan tilrettelægges udviklingsarbejdet?
- Hvilke kompetencer kræves i udviklingsarbejdet?
- Hvad er de tekniske forudsætninger?

Omfang og forventning

Undervisningsformen vil være en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier og metoder samt øvelser, hvor de studerende i grupper designer og tester et IKT-design rettet mod kommunikation i og/eller fra organisationer

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

Modulaktiviteter

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

Tema 1: Kommunikation, interaktion og samarbejde i organisationer - her præsenteres forskellige forståelser, strategier og teknologier til, hvordan der kommunikeres, deles viden og samarbejdes i og mellem organisationer

Tema 2: Analyse af kontekst – tilgange og metoder til at undersøge, 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 informationsarkitektur - her præsenteres metoder til at præsentere, organisere og fremfinde information i IKT systemer

Tema 6. Evaluering af brugergrænseflader – her præsenteres metoder til evaluering af brugergrænseflader (interaktionsdesign og og informationsarkitektur)

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

Kursuslitteratur

Bogen *Designing interfaces – patterns for effective interaction design* bruges som grundbog på kurset. Den suppleres med anden obligatorisk litteratur, primært i form af forskningsartikler.

- Jenifer Tidwell (2011). *Designing Interfaces - patterns for Effective Interaction Design*, O'Reilly. (Grundbog)
- Forskningsartikler m.m., beskrevet under de enkelte kursusgange

Kursusorganisering

Undervisningsformen består af en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier og metoder samt øvelser, hvor de studerende i grupper designer og tester et ikt-design rettet mod kommunikation i eller fra organisationer.

Hver kursusgang er delt mellem 2 lektioners forelæsning og 2 lektioners arbejde med en gennemgående designopgave i grupper. Ved hver kursusgang stilles en delopgave i forhold til designarbejdet, som gruppen løser sammen. Ved sidste kursusgang præsenteres den samlede designløsning i ved et seminar. Dekopgaverne danner baggrund for udarbejdelse af kursets skriftlige opgave (se også under kursusprøve).

KURSUS 1: introduktion til kurset

Hvad: Denne kursusgang introducerer til kursets rammer – arbejdsform, kursusgange, cases, øvelser og eksamen. Herefter introduceres kursets tema 1: 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: Kommunikation, interaktion og samarbejde i organisationer**Tema 1: Kommunikation, interaktion og samarbejde 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, 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 præsenterer praksisser og problemstillinger i anvendelse af ikt-medieret kommunikation i organisationer. Målet er at grupperne skal overveje og diskutere, hvilke problemstillinger, som I ser i anvendelsen af de valgte teknologier og strategier. Diskuter og 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 kursislitteraturen (for at nå at lave øvelserne i øvelsestiden er det en fordel at have læst kursislitteraturen 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.
- Lampe, P. (2007). Organising knowledge: taxonomies, knowledge and organisational effectiveness. Oxford: Chandos. 49-66, 123-151.
- 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 (Prøve 9)

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:

Kommunikationsprodukter: Analyse af tekster (Communication Products: Analysis of Texts)

Placering

3. Semester Aalborg for BA Informationsteknologi og Informatik

Skolen for Communication, Art and Technology (CAT).

Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier.

Modulansvarlig

Tem Frank Andersen tfa@hum.aau.dk, Søren Husted Pedersen husted@hum.aau.dk

Type og sprog

Modulet er et studiefagsmodul (5 ECTS).

Undervisningen foregår på dansk, og tekster er på dansk og engelsk.

Mål

De formelle læringsmål fremgår af studieordningen (se link i semesterrummet).

Modulet omfatter en indføring i analytisk og metodisk arbejde med kommunikationsprodukter, der her anskues som teksttyper produceret til og anvendt i forbindelse med medieret kommunikation (pressemeddelelser, bureauartikler, nyhedsartikler, debatindlæg, kronikker, blog- og klummeindlæg, kundebreve osv).

Fokus er dels på disse teksttypers multimodale form, interaktion mellem bruger og tekst, og dels på kommunikationens kontekster indenfor arbejde, fritid og offentlighed (hvordan gør kontekst en forskel?). Det teoretiske grundlag er kommunikationsteori, æstetik, narratologi, grammatik, semiotik, samt journalistik.

Fagindhold og begrundelse

Emnet kommunikationsprodukter er centralt for en humanistisk tilgang til menneskelig betydningsproduktion og kultur. Kommunikationsprodukter forstås fagligt bredt til at dække over alle former for kommunikérbar tekst. Begrebet tekst er dels hentet fra hermeneutik og lingvistik, men henter samtidig inspiration fra felterne semiotik, semantik og pragmatik.

Den faglige relevans af kommunikationsprodukter for en IT uddannelse er, at alle former for IT over niveauet af kode er nødt til at anvende tekst som kommunikationsform. Alle former for IT systemer (websites, applikationer, spil, dokumenthåndtering, webshop, booking osv.) bruger tekst i forskellige former. Nogle IT systemer er i højere grad afhængig af større elementer af tekst, enten til at beskrive systemet, til at præsentere afsender, eller til at præsentere sagsområdet (fx e-business, gameplay, hjælpefunktion).

Modulet er en faglig forlængelse af dele af de analytiske moduler på uddannelsens 1. semester.

Omfang og forventning

Modulet har et omfang af 5 ECTS svarende til 137,5 arbejdstimer. Heraf går de 37,5 til eksamen (ugeprøve). Ugeprøven kan ikke gennemføres, hvis der ikke har været aktiv deltagelse i modulaktiviteterne.

Modulaktiviteter

Modulet er organiseret i 10 kursusgange, der fremgår af skemaet. De enkelte kursusgange gennemføres som faglige oplæg, diskussion, øvelser samt peer præsentationer. Den konkrete konstellation fremgår af kursusplanen i moodle.

Kursusorganisering

Modulet er organiseret som et selvstændigt fagligt forløb. Modulet kombination af traditionelle forelæsninger, gruppearbejde, skriveøvelser, peer feedback cirkler samt ugeprøven. Modulet gennemføres af flere forskere og/eller undervisere.

Modulet har ikke nogen grundbog. Materialer linkes eller udleveres i forbindelse med modulaktiviteterne (e-kompendium). Ved kursusstart offentliggøres en samlet litteraturliste til de enkelte kursusgange.

Introduktion til Kommunikationsprodukter

Journalistik I

Journalistik II

Grammatik I

Grammatik II

Grammatik III

Retorik I

Retorik II

Sociale medietekster

Introduktion til eksamensopgaven

Eksamen

Modulet afsluttes med en bunden intern individuel ugeopgave. Opgaven bedømmes efter 7 trins skalaen. Der gives ingen kommentarer til bedømmelsen. Ikke beståede opgaver tilbydes en kort faglig feedback.

De formelle rammer for opgaven oplyses, når opgaven offentliggøres.

Afvikling af reeksamen følger Fællesbestemmelserne for CAT skolen.

