



AALBORG UNIVERSITET

STUDIENÆVNET FOR
KOMMUNIKATION
OG DIGITALE MEDIER
EFTERÅR 2015

Semesterbeskrivelse 3. semester Kommunikation og Digitale Medier, København

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

Semestrets temaramme: *Kommunikation og strategi*

3. semesters temaramme er "Kommunikation og Strategi". Temarammen bygger videre på 1. semesters temaramme om kommunikationsprodukter og 2. semesters temaramme om kommunikationsprocesser. På disse to foregående semestre har I erhvervet jer viden, færdigheder og kompetencer såvel teoretisk som analytisk, som I fortsat kan bruge på 3. semester. På 3. semester ligger fokus imidlertid på grupper – eller 'organisationers' – kommunikation, og analysen af denne som både intentionel og ikke-intentionel. I får derfor introduceret ny teori og nye analytiske tilgange, som er nødvendige for at arbejde problemorienteret med denne temaramme.

Hvor I på 2. semester arbejdede med at beskrive, nær-analysere og fortolke kvaliteten af den interpersonelle kommunikation og relation, skal I på 3. semester arbejde med at analysere kollektiv kommunikation, eksempelvis som udtryk for organisationers målrettede omverdensarbejde og som afgørende for skabelsen af selve en organisation. Man kan sige, at hvor fokus på 2. semester var på et kommunikativt mikro-perspektiv, er fokus på 3. semester primært på *kommunikative meso-perspektiver*. Fra et analytisk meso-niveau forstår vi således det sociale, herunder kommunikation, som både skabt af og skabende for sociale enheder, som er større end den interpersonelle relation, men også mindre end 'samfundet' forstået som fx nationalstaten, global kultur, ideologi eller system. Et meso-niveau i en analyse vil ofte fokusere på en organisation som en mere eller mindre afgrænset, formelt set formålsrettet og meningsskabende enhed.

I studieordningen hedder det om hele semestrets mål, at

"3. semester fokuserer på strategisk kommunikation med organisationer som omdrejningspunkt. Der tilvejebringes grundlæggende viden om kommunikation i organisationer, organisationsteori med henblik på analyse og design af organisationskommunikation og markedskommunikation med fokus på modtager-, bruger- og målgruppeanalyser. Relevante problemstillinger er her bl.a. af interpersonel, teknologisk og medieret karakter. Semestret behandler parallelt hermed relationen mellem menneskelige og tekniske forudsætninger for kommunikation." (s. 17)

Der arbejdes altså med grundlæggende viden om organisationer og organisationsteori med henblik på at kunne analysere og designe organisationers kommunikation i forhold til fx brugere og målgrupper. En central pointe er her, at medialiseringen af samfundet betyder, at det i stigende grad er problematisk såvel i praksis som i teori at sætte skel mellem organisationen, dens målgruppe, brugere og medarbejdere. Med andre ord er begreber som *intern* og *ekstern* kommunikation distinktioner, som måske kan give mening i tilrettelæggelsen af en analyse eller en praksis, men som sjældent afspejler de bredere betydninger af organisationers kommunikation. Medarbejderes kommunikation kan eksempelvis også få betydning for kunderne, og en organisations kampagne rettet mod markedet vil ofte også blive betydningsskabende for organisationens egen kultur og identitet. Problemstillingen intern/ekstern vs. integreret kommunikation er derfor en interessant problematik på 3. semester. Det er ligeledes vigtigt på semestret at skelne mellem forskningens begrebsliggørelser af organi-

sationer og deres kommunikation på den ene side OG praktiseres egne forståelser og praksisser på den anden – hvad vi her kalder *praksisfelter*.

Organisationers kommunikation i fx årsregnskaber, på hjemmesider og i forhold til særlige målgrupper bliver empiriske omdrejningspunkter på semestret, ligesom organisationers og virksomheders kommunikative praksisser bliver undersøgt som udtryk for *praksisfelter*, fx corporate social responsibility, medie relationer og kampagnetilrettelæggelse. Ligeledes vil der arbejdes med organisationers og brugeres strategiske kommunikation og interaktion såvel i markedssammenhænge som med teknologi, fx i form af it-systemer. Sidstnævnte er særligt i fokus i studiefagsmodulet *Dikto* – ”Design og IKT med organisation som kontekst” (se mere om dette under beskrivelsen af studiefaget).

Endelig arbejdes der koncentreret med metoder til undersøgelser, som ligger inden for temarammen, i studiefaget ”Undersøgelser- og Analysemetoder” (Se mere om dette under beskrivelsen af studiefaget). Hvor metodologien på 2. semester for de flestes vedkommende bestod af (video)observation, transskription og etnometodologiske analyser, lægges der på 3. semester op til en bredere vifte af metoder. Det nye er dog, at mere funktionalistiske, positivistiske tilgange nu også inddrages, konkret i form af undervisning i kvantitative analysemetoder.

Man kan eksempelvis skrive projekt inden for følgende temaer på 3. semester:

- Magt i organisationer
- Organisatorisk identitet og kultur
- Strategi/Kampagnetilrettelæggelse
- Kommunikationens betydning for organisationen og dens omverden
- Organisatorisk forandring

3. semesters arbejde med kommunikation og strategi med organisationer som omdrejningspunkt følges på 4. semester af temaet ”kommunikation og individ”, hvor fokus er på individets vilkår for kommunikation og kognition i relationen til makroperspektiver såsom etik, forbrug og identitet. Dermed skaber 3. semester forudsætninger for at tage hul på 4. semesters temaramme med sit store metodefokus samt perspektiver på brugere, strategi og teknologi.

Semesterets organisering og forløb

Det overordnede læringsmål på semestret understøttes af tre studiemoduler: **Projektmodulet** (15 ECTS) og **to praktiske studiefags-moduler** (på hhv 5 og 10 ECTS). De tre moduler er selvstændige enheder, der på forskellig vis understøtter læringen på semestret, og der er knyttet en prøve til hver af dem. Projektmodulet ”Kommunikation og Strategi” og ”Undersøgelser- og Analysemetoder” (UAM) kører parallelt. Førstnævnte fag handler om primært om temarammens genstandsfelt, mens UAM er et metodekursus, som omhandler kvantitative og kvalitative metoders forudsætninger, anvendelighed og praksis. På projektmodulet vil der desuden tilbydes nogle lektioner i mere generelle akademiske kompetencer, nemlig akademisk skrivning, brug af vejleder og produktion af litteratur review. Studiefaget *Dikto* forløber over fire uger i slutningen af semestrets undervisningsperiode.

Afløsningen af de tre moduler og således hele semestret kan overskues således:

Modul	Afløsning
Projektmodul (15 ECTS = 413 studenterarbejdstimer)	Mundtlig gruppeeksamination med udgangspunkt i projektrapport (intern bedømmelse: karakter efter 7-trinsskalaen)
UAM: Undersøgelser- og Analysemetoder (10 ECTS = 275 studenterarbejdstimer)	Bunden hjemmeopgave (ekstern bedømmelse: karakter efter 7-trinsskalaen)
Dikto: Design og IKT med organisation som kontekst (5 ECTS = 137,5 studenterarbejdstimer)	Bunden hjemmeopgave (intern bedømmelse: karakter efter 7-trinsskalaen)

Semesteret udgør 30 ECTS points. 1 ECTS point er ifølge Undervisningsministeriet 27,5 timers arbejde. 30 ECTS point svarer således til omtrent 825 arbejdstimer eller 22 ugers fuldtidsarbejde bestående af forberedelse til undervisning, undervisningsdeltagelse, gruppearbejde, vejledning og eksamener. Kursernes indhold og afløsning beskrives mere udførligt senere i denne semesterbeskrivelse under hvert kursus.

Litteratur

Grundbøger	Moodle
Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2014). <i>Hvordan organisationer fungerer</i> . København: Hans Reitzels forlag. Bryman, A. (2012). <i>Social Research Methods</i> . Oxford: Oxford University Press. Leonardi, P. M., Nardi, B. A. & Kallinikos, J. (2012). <i>Materiality and Organizing. Social Interaction in a Technological World</i> . Oxford: Oxford University Press. Saffer, D. (2010). <i>Designing for interaction</i> . Berkeley: New Riders. Hegelund, S. (2000). <i>Akademisk Argumentation</i> . Frederiksberg: Samfundslitteratur	Øvrig pensumlitteratur ligger i kursusrummene i Moodle.

Gruppedannelse

Gruppedannelse løber over tre dage og tager afsæt i en mindre fremtidsworkshop om gruppedannelse, som ligger i forbindelse med semesterstart.

NB: Der tages forbehold for indholdsændringer, indtil ankerlærer har haft møde med juntaen ved semestrets begyndelse.

Midtvejsseminar

Midtvejsseminaret består af studenterfeedback på projekt-tekster i mindre grupper sammen med projektvejledere. Dette tilrettelægges også med involvering af juntaen.

Vigtige datoer

Aktivitet	Intro	Gruppedannelse	Midtvejsseminar	Projektaflevering + semesterevaluering	Eksamensopgave i DIKTO	Eksamensopgave i UAM
Dato	3. september kl. 12.30	24. september 1. + 2. oktober	1. november	17. december	Aflevering: 13. november	Aflevering: 7. januar

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Ankerlærere: Anne Hatting (hatting@hum.aau.dk) og Camilla Dindler (dindler@hum.aau.dk)

Ankerlærermail: ankerlaerer3@hum.aau.dk

Studieseekretær: Karen Holm Greve (karenhj@hum.aau.dk)

Modulbeskrivelser

Projektmodul: Kommunikation og Strategi

Modulet udgør 15 ECTS point svarende til 412,5 arbejdstimer

Placering

3. Semester

Studienævnet for kommunikation og Digitale Medier

Modulansvarlige

Anne Hatting og Camilla Dindler

Type og sprog

Projektmodul

Undervisning og tekster er på dansk og engelsk

Målbeskrivelser fra Studieordningen:

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. (indgår i studiefaget DIKTO)

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.

Fagindhold og begrundelse

På projektmodulet lægger undervisningen særlig vægt på kommunikation og strategi med organisationen som omdrejningspunkt. Det er hensigten, at deltagerne skal få særlig viden om organisationsteori samt udvalgte praksisfelter inden for organisatorisk kommunikation. Formålet med lektionerne er at kvalificere deltagerne til at kunne beskrive, analysere og kritisk reflektere over begreber som organisation og strategi, samt til at forstå idé, teori og praksis for aktiviteter som planlagt og målrettet kommunikation. Det er hensigten, at deltagerne bliver fortrolige med samspil og modspil mellem teori og praksis via præsentation af modeller og metoder og de grundlæggende antagelser de er baseret på. Til illustration fra praksis benyttes materiale fra den samme organisation i alle forelæsninger.

Således er undervisningen rettet mod at give deltagerne kompetence til at vurdere kommunikation som kulturelle, teknologiske og strategiske fænomener i en organisatorisk kontekst. Desuden tilbydes lektioner om mere generelle akademiske kompetencer, som tidligere nævnt.

Omfang og forventning

Undervisningen på projektmodulet kommer omkring ovenstående temaer i løbet af 17 undervisningsgange og 3 klyngeundervisninger. Undervisningsgangene i generelle akademiske kompetencer inddrager øvelser løbende. Modulet afsluttes med en opsamlende lektion, som afsluttes som en spørgetime til modulets undervisere.

Pensum er omtrent 1500 sider, som forventes læst i forbindelse med undervisning.

Modulaktiviteter (kursusgange undtaget gruppedannelse og midtvejsseminar)

Kommunikation og strategi	Generelle akademiske kompetencer
1. Intro til semestret v. Anne Hatting og Camilla Dindler Evaluering af 2. semester og fremtidsværksted om gruppedannelse v. Camilla Dindler	
2. Strategisk kommunikation som forskningsfelt v. Sarai Løkkegaard og Camilla Dindler 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. Fokus i undervisningen bliver således den akademiske og forskningshistoriske analyse af organisationers strategiske kommunikation. Litteratur: Grundbogen, kapitel 2. Falkheimer, J. & Heide, M. (2014). From Public Relations to Strategic Communication in Sweden. The Emergence of a transboundary Field of Knowledge.	

<p><i>Nordicom Review</i> 35 (2): 123-138. Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Vercic, D. & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. <i>International Journal of Strategic Communication</i> 1 (1): 3-35. Weber, M. (2003) Sociologiske grundbegreber. I Kaspersen, L. B. et. al <i>Max Weber: udvalgte tekster</i>. København: Hans Reitzel (uddrag på 3 sider om typer af social handling)</p>		
	<p>3. Akademisk skrivning/skr. retorik v. Annette Hoffskov I forbindelse med feedback på 2 sem. opgaven i Skriftlig Retorik og Kommunikation introduceres der til fortsat arbejde med akademisk skrivning på 3. semester som en akademisk disciplin.</p> <p>Grundbog: Hegelund, S. (2000). <i>Akademisk argumentation. Skriv overbevisende opgaver på de videregående uddannelser</i>. Frederiksberg: Samfundslitteratur.</p> <p>Supplerende litteratur for hele forløbet: Oplodes på moodle, herunder udvalgte kapitler fra: Booth, W. C., Colomb, G. G., Williams, J. M. (2008). <i>The Craft of Research</i>. (third ed.). The University of Chicago Press. Hvid, M. (2008). <i>Skriv! -gode tekster er lette at skrive</i>. Forlaget Ajour. Jensen, L. B. (2004). <i>Fra patos til logos</i>. Roskilde Universitetsforlag. Pontoppidan, C. (2013). <i>Gør teksten klar. Principper for klart skriftsprog</i>. Samfundslitteratur.</p>	
<p>4. Interessenter - Kommunikation mellem organisation og omverden v. Kasper Bering Liisberg</p> <p>Her sættes fokus på den kommunikation der foregår omkring en organisation og den interessenter. Først mellem medarbejdere indbyrdes og mellem ledelse og medarbejdere. Dernæst forklares den kommunikation der foregår mellem organisationen og dens omverden, for eksempel med pressen og øvrige eksterne interessenter. På trods af at udviklingen indenfor kommunikation og organisationer har gjort det vanskeligt at skelne imellem intern og ekstern kommunikation vil disse kategorier blive benyttet som en givtig konstruktion i gennemgangen af teksterne.</p> <p>Der knytter sig en klyngeundervisning til lektionen:</p> <p>Hverken Super eller Best? Gennem de seneste år har kritikken haglet ned over SuperBest - kødskandale, fup priser på nettet og gammel vin på dyre flasker er blot en lille del af alle de skandaler, der har ramt fødevarekæden de seneste år. Gennem vores nye viden omkring organisation og omverden ser vi nærmere på hvorfor og hvordan SuperBest er havnet i og har håndteret krisen. Det</p>		

<p>store spørgsmål er hvorfor SuperBest i dag har valgt at kalde sig Meny?</p> <p>Litteratur: Grundbog: Kap. 6 og 8.</p> <p>Kvetny, P. (2002): Medierne som strategisk interessegruppe. In Helder, J. & Pjetursson, L. (red.) <i>Modtageren som medproducent</i>, Frederiksberg: Samfundslitteratur.</p> <p>Just, S. N., Jensen, E. H., Grønning, A., Merksel, H. (2007). <i>Organisation og omverden</i>. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur. Kapitel 4</p>		
<p>5. Kampagnetilrettelæggelse som et strategisk praksisfelt v. Sarai Løkkegaard og Camilla Dindler</p> <p>Denne kursusgang efterfølges af en øvelsesworkshop. Vi kommer til at arbejde teoretisk og praktisk med analyse 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. Fokus i undervisningen kommer til primært at ligge på beskrivelse og analyse, mens den efterfølgende klyngeworkshop lægger vægten på vurdering og udvikling.</p> <p>Denne lektion følges op af klyngeundervisning, hvor deltagernes færdigheder i at tilrettelægge og analysere kampagnekommunikation trænes.</p> <p>Litteratur: Andersen, T. H. & Smedegaard, F. (2012). <i>Diamanten. En model til kommunikationsplanlægning</i>. Frederiksberg: Samfundslitteratur. Side 11-42. Sepstrup, P & Øe, P. F. (2010). Tilrettelæggelse af information. Kommunikation- og kampagneplanlægning. København: Hans Reitzels Forlag. Side 22-28, 191-192, 216-226.</p> <p>Til klyngeworkshop læses: Gardan, L. et. al (2014). <i>Geodemografisk klassifikation generation 5</i>. København: Geomatic A/S. s. 7-16, 17-96 skimmes.</p>		
<p>6. Organisation og identitet v. Peter Allingham</p> <p>Organisationer og virksomheder har som aldrig før et stort behov for at afklare deres identitet 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 kommunikati-</p>		

<p>on.</p> <p>Litteratur: Grundbogen kap. 4 samt:</p> <p>Hatch, M. J. & Schultz, M. (2009). <i>Brug dit brand</i>. København: Gyldendal Business. Pp. 69-88 (ud-drag).</p> <p>Berg, P. O.(2000). Fra image til aura. In Stjernfelt, F. & Thyssen, O. (red.) <i>Æstetisk kommunikation</i>. København: Handelshøjskolens Forlag, pp. 71-83.</p> <p>Klein, N. (2001). <i>No Logo: mærkerne magten, modstanden</i>. Århus: Klim (20 siders uddrag).</p>		
<p>7. Identitetsstrategier: branding, m.m.</p> <p>v. Peter Allingham</p> <p>Der tages et overblik over strategier, hvormed organisationer profilerer sig eksternt med særlig vægt på de mangfoldige former for branding, der i de senere år har udviklet sig. Hvad er et brand, hvordan skabes og fungerer det, og hvordan kommunikerer 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.</p> <p>Litteratur: Buhl, C. (2008). Branding og brandingstrategier. In Eiberg, K. et. Al. (red.) <i>Integreret markeds-kommunikation</i>. København: Samfundslitteratur. (Pp. 41-55).</p> <p>Møllerup, P. (2008). <i>Brandbook</i>. København: Børsens Forlag, pp. 59-78 (uddrag).</p> <p>Mazzalovo, G. (2012). <i>Brand Aesthetics</i>. London: Palgrave Macmillan. (20 siders uddrag)</p> <p>Blach, T. & Højbjerg, J. (1989). <i>PR-håndbog i information og public relations</i>. København: Borgen, pp. 81-95 (uddrag).</p>		
	<p>8. PBL revisited: Kom godt i gang med projektet</p> <p>v. Frederikke Winther</p> <p>Litteratur: se lektion 1</p>	
<p>9. Organisationsteori</p> <p>Anne Hatting</p> <p>Organisationsteori som fagligt felt. En oversigt over centrale begreber, kategorier og modeller, som kan anvendes til analyse og forståelse og i sidste ende forbedringer af, hvad der sker i organisationer. I forhold til modulets fokus på strategisk kommunikation lægges der særligt vægt på fænomener som beslutningsprocesser, magt, konflikt og styring.</p> <p>Litteratur: grundbog kap. 1,5 og 9 samt årsrapport 2014 fra Metroselskabet</p>		
<p>10. Socialt ansvar som centrale organisatoriske problemstillinger</p> <p>v. Kasper Bering Liisberg</p> <p>Denne undervisningsgang ser vi nærmere på kon-</p>		

<p>krete udformninger af organisationens sociale ansvar, bæredygtighed og etik. Der bliver i stigende grad fokuseret på den etiske relation mellem organisation og omverden og på det sociale ansvar, organisationen både har indadtil og udadtil. Efter en generel introduktion til begrebet samfundsansvarlighed vil Corporate Social Responsibility (CSR) blive gennemgået i forhold forskellige tilgange til fænomenet. Derefter tegnes en oversigt over begreberne mangfoldighedsledelse og diskursetik.</p> <p>Litteratur: Grundbog: Kap. 7.</p> <p>Just, S. N., Jensen, E. H., Grønning, A., Merksel, H. (2007). <i>Organisation og omverden</i>. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur. Kapitel 6</p> <p>Hansen, J. O. K. (2010). <i>I andres brød. Håndbog om informationsjournalistik, virksomhedskommunikation og public relations</i>. Århus: Forlaget Ajour. Kapitel 2.6 (pp. 86 - 100)</p>		
<p>11. Kommunikation som ledelsesredskab. Brug af ledelses- og økonomirapporter. Anne Hatting.</p> <p>Kommunikation som ledelsesredskab er det gennemgående tema i denne forelæsning. Ledelses- og økonomirapporter (management accounting), er et centralt kommunikations- og styringsværktøj i organisationer, hvad enten det gælder produktion af data eller distribuering og anvendelse af rapporterne til brug for beslutninger.</p> <p>Litteratur: Grundbog kap. 11</p> <p>Macintosh, N, Quattrone, P. (2010). <i>Management accounting and control systems</i>. West Sussex UK: Wiley. kap. 1 og 2 (p.3-22). Årsrapport 2014 fra Metroselskabet</p>		
<p>12. Kommunikation skaber organisation. Anne Hatting og Camilla Dindler.</p> <p>Organisatorisk kommunikation. Kommunikative processer som kernen i det organisatoriske liv. Her præsenteres et eksempel på forskning rettet mod forståelse af, hvordan accounting procedurer fungerer som kommunikations- og styringsredskaber i organisationer, og dermed indirekte som medskabere af selve organisationen. Eksemplet vedrører hhv forandringer i en IT-virksomhed. 'Uden kommunikation, ingen organisation' er den teoretiske tilgang, der præsenteres og det vises, hvordan man kan undersøge organisatorisk kommunikation.</p> <p>Litteratur: Taylor, J.R, van Every, E.J. (2011). <i>The situated organization</i>. New York: Routledge. Kap. 6 og 9 (43</p>		

<p>s.)</p> <p>Klemperer, V. (2010) <i>Det tredje riges sprog. En filologs notesbog. LTI</i>. Danmark: tekst og tale forlag. kap.I-III, XVI-XVII (15 s.)</p> <p>Årsrapport 2014 fra Metroselskabet.</p> <p>Der knytter sig en klyngeundervisning til lektionen: I klyngerne bliver der lejlighed til at samle det teoretiske stof til en redskabskasse, der kan understøtte opgaven med at finde relevante organisatoriske problemstillinger til projekterne.</p>		
<p>13. Virksomhedsøkonomi v. Anne Hatting Forelæsning og øvelser Aktivitet og økonomi i virksomheden - årsrapporten som kommunikation til alle interessenter. Forelæsningsen introducerer teori om og eksempler på, hvordan beretninger fra virksomheder både kan analyseres som en fortælling om en organisation, og som et signal i sig selv – der er flere redskaber, og valget er ikke neutralt. I øvelserne arbejdes med analyser af årsrapporter fra TV2 og fra AAU. Fokus på økonomi-budskaber og på hvordan rapporter generelt kan være indgang til en problemstilling for projektarbejdet.</p> <p><u>Litteratur:</u> Taylor, J.R, van Every, E.J. (2011). <i>The situated organization</i>. New York: Routledge. Kap. 5 (31 s.)</p> <p>Macintosh, N, Quattrone, P. (2010). <i>Management accounting and control systems</i>. West Sussex UK: Wiley. kap. 3 (20 s.)</p> <p>Årsrapport 2013 og 2014 fra TV2 Årsrapport fra Aalborg Universitet 2014.</p>		
<p>14. Opsamling og spørgetime v. Anne Hatting og Camilla Dindler</p>		
	<p>15. Skriftlig, akademisk argumentation. Workshop: Problemformulering og metodevalg i semesterprojekterne. v. Frederikke Winther og Annette Hoffskov Litteratur: Se lektion 1</p>	
	<p>16. PBL og/eller akademisk skrivning. Workshoppens tema tilrettelægges i samarbejde med holdet. v. Frederikke Winther og Annette Hoffskov Litteratur: Se lektion 1</p>	
	<p>17. Om at skrive litteratur review/Writing up a literature review v. Toine Bogers An important part of any project report is writing a literature review—an objective, thorough summary</p>	

and critical analysis of the relevant available research and non-research literature on your project topic. In this lecture you will learn the basics of how to conduct a literature review: (1) searching the literature, (2) reading & analyzing the literature, and (3) writing the review. In addition, you will be introduced to useful websites, services and tools for searching, collecting, and managing the literature used in your project.

Required reading:

* Rowley, J., & Slack, F. (2013). Conducting a Literature Review. *Management Research News*, 27(6), 31–39

* Webster, J., & Watson, R.T. (2002). Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. *MIS Quarterly*, 26(2)

Eksamen

Modulet afsluttes på 3. semester med:

Prøve 8

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

Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelt udarbejdede rapporter. De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 15 ECTS-point.

Der gives en karakter efter 7-trinsskalaen. 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.

Prøveformen er en “gruppeeksamen”:

“En mundtlig prøve med udgangspunkt i det skriftlige arbejde, hvad enten dette er udarbejdet individuelt eller i samarbejde med andre. Projektrapporten/det skriftlige arbejde betragtes som gruppens fælles ansvar. Projektrapporten udgør følgelig grundlaget for eksamination og bedømmelse, og der foretages en samlet bedømmelse af projektrapporten og den mundtlige præstation. Ved en mundtlig gruppeprøve skal den enkelte studerende eksamineres på en sådan måde, at det sikres, at der foretages en individuel bedømmelse af den studerendes præstation, jf. eksamensbekendtgørelsen § 4, stk.2.

Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport. Den enkelte studerende har mulighed for at få meddelt bedømmelsen i enrum. I givet fald dette ønskes meddeles dette ved eksaminationens påbegyndelse.

I prøven skal den/de studerende demonstrere viden, færdigheder og kompetencer i overensstemmelse med de angivne læringsmål for modulet.

Studiefagsmodul:

Design og IKT med organisation som kontekst (DIKTO)
5 ECTS.

Placering

3. Semester

Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier

Modulansvarlig

Anne Hatting

Type og sprog

Modulet er et studiefagsmodul

Undervisningen foregår på dansk. Litteratur er dansk og engelsk

Mål

den studerende skal gennem faget opnå

- viden om realisering af strategisk kommunikation, herunder relationer mellem menneskelige og tekniske forudsætninger herfor.
- indsigt i problemstillinger af kommunikations- og it-faglig art i og fra organisationer
- forståelse af teknologi og menneskets forhold til og brug af teknologier
- forståelse for grundlæggende programmeringsopgaver ved webdesign
- færdigheder i at arbejde kritisk og konstruktivt med at understøtte samarbejde, kommunikation og interaktion i digitale miljøer
- færdigheder i grundlæggende HTML
- kompetencer til at agere kritisk og konstruktivt i relation til analyse, udvikling og implementering af kommunikations- og informationsteknologiske løsninger med fokus på organisatorisk betydning

Fagindhold og begrundelse

DIKTO er rettet mod forståelse af hvordan forskellige kommunikationsformer og IT-systemer anvendes med strategiske intentioner.

Omfang og forventning

5 ECTS

1 undervisningsdag på 6 timer (HTML)

7 undervisningsgange på 3 eller 4 timer fordelt på forelæsning og øvelser

Modulaktiviteter – forelæsninger og øvelser (der arbejdes med IT-design ud fra en gennemgående case). Birger Larsen (B) og Anne Hatting (A)

Forelæsninger med udgangspunkt i grundbog om design af interaktionsredskaber (Saffer) og grundbog om relationer mellem mennesker og teknologi (Leonardi, Nardi og Kallinikos). Forelæsninger relateres til øvelses-timer, hvor der arbejdes i grupper med den gennemgående case. Faget og hermed øvelserne afsluttes med en fremlæggelse af et forslag til IT-design. Præsentationen har form af en poster, som præsenteres og vurderes på både form og indhold, teoretisk fundering og praktisk anvendelse med reference til såvel designmetoder som materialitetsaspekter og interaktion mellem de forskellige aktører.

Undervisningsplan.

Lektion 1. HTML-kursus (6 timer) (B)

Lektion 2.

Anne Hatting

Introduktion til faget DIKTO og til FMK-case.

Materialitet – teknologiske og sociale aspekter omkring den rolle IT-systemer har i organisatoriske sammenhænge.

Denne lektion har to temaer:

For det første præsenteres DIKTO-faget, hvor der er fokus på design og brug af IT i større sammenhænge. Det er således ikke den personlige brug af IT, men snarere den kommunikative rolle i organisationer, der tages op. Ud over den teoretiske del, præsenteres også kurssets gennemgående case, FMK/ Det fælles medicinkort.

For det andet præsenteres forskellige måder at betragte samspillet mellem teknologi og mennesker i organisationer. Udgangspunktet er grundbogen 'Materiality and organizing', hvor et gennemgående tema er spørgsmålet om, hvad udformning eller design af de genstande, der udgør en vigtig del af enhver arbejdsfunktion i og omkring alle typer af organisationer, betyder.

Litteratur:

- Leonardi, Nardi & Kallinikos (2012), kap.1,2
- FMK-materiale

Lektion 3. Interaktionsdesign

Birger Larsen

Formålet med dette tema er at introducere til feltet interaktionsdesign og dets centrale begreber. Fire forskellige perspektiver på interaktionsdesign præsenteres og også brugeroplevelse introduceres med fokus på centrale ændringer i kommunikation og interaktion affødt af den teknologiske evolution.

Litteratur

- Saffer (2010), Kap. 1,2
- Leonardi, Nardi & Kallinikos (2012), Kap. 12.

Lektion 4. Objekter i organisatoriske sammenhænge.

Anne Hatting

Formålet med dette tema er at give indblik i forskellige måder at betragte den rolle, objekter kan have som formidler i kommunikationsprocesser i og omkring organisationer.

Litteratur:

- Leonardi, Nardi & Kallinikos (2012), kap. 10 og 14

Lektion 5. Brugerinddragelse og designstrategi

Birger Larsen

Dagens første tema fokuserer på brugeroplevelse for at nå til en definition af brugbarhed og leder til introduktion af forskellige metoder til brugertests og evaluering af interaktionsdesign. Inddragelse af brugerne i designprocessen er et centralt tema i forhold til præsentation af en række værktøjer.

Dagens andet tema fokuserer på designstrategi, "ideation" og designprincipper. Begreberne anvendes i en designøvelse, der er begyndelsen på produktionen af en poster.

Litteratur:

- Saffer (2010), Kap. 3, 6, 7, 8.

Lektion 6. Form, funktion og materialitet. Teknologisk udvikling

Anne Hatting

Dagens emne fokuserer på det mere eller mindre synlige samspil mellem algoritmer og brugere af IT-systemer, hvor det, vi tager for givet og kalder viden måske, måske ikke kan udforskes og forklares. Hvordan bliver ratings skabt, og hvad betyder de?

Litteratur:

- Leonardi, Nardi & Kallinikos (2012), kap. 4 og 6

Lektion 7. Patientjournaler – ny teknologi og nye roller til alle aktører i sundhedsvæsenet.

Anne Hatting

IT –systemer betragtes ofte som væsentlige aktører, der kan understøtte en standardisering og forbedring i kommunikation og organisering af arbejdet i sundhedsvæsenet. Her præsenteres forskningsprojekter med fokus på patientjournaler og samarbejdet mellem forskellige sektorer i sundhedsvæsenet.

Litteratur:

- Leonardi, Nardi & Kallinikos (2012), kap. 8.

- Winthereik, B. & Vikkelsø, S. (2005) (A) ICT and Integrated Care: Some Dilemmas of Standardising Inter-Organisational Communication. *Computer Supported Cooperative Work*, 14 43-67. ISSN 0925-9724

Lektion 8. Postersession

Birger Larsen og Anne Hatting-

Litteratur. 2 grundbøger, (379 sider + casemateriale)

Grundbog (skal anskaffes): Leonardi, P.M, Nardi, B.A., Kallinikos, J. (eds.), (2012) *Materializing and Organizing. Social interaction in a technological world*. Oxford University Press
Isbn: 978-0-19-966406-1

Der læses i alt 140 sider

Grundbog (skal anskaffes): Saffer, D. (2010) *designing for interaction. Creating innovative applications and devices'. Second edition*. Forlag: New Riders. Isbn: 978-0-321-64339-1

Der læses i alt 214 sider

Artikler lægges på Moodle

Øvelsesmateriale, casemateriale om FMK (fælles medicinkort) – lægges på Moodle

Eksamen.

Intern skriftlig prøve, der tager udgangspunkt i et af en eller flere studerende udarbejdet IT-design, der understøtter kommunikation i organisationer. Opgaven udarbejdes individuelt - omfang: max. 10 sider. Bedømmelsesform: karakter efter 7-skalaen. Opgaven bedømmes af censor og eksaminator. Opgaven skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelsen for modulet. Ved bedømmelsen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at dens studerende demonstrerer en udtømmende opfyldelse af fagets mål med få eller uvæsentlige mangler. 3-dages hjemmeopgave i november 2015.

Modultitel, ECTS-angivelse og STADS-kode

Undersøgelses -og analysemetoder (UAM)
10 ECTS

Placering

3. Semester

Modulansvarlig

Mikkel Fugl Eskjær (eskjaer@hum.aau.dk) og Toine Bogers (toine@hum.aau.dk)

Type og sprog

Valgfagsmodul
Dansk (og delvis engelsk)

Mål

Den studerende skal gennem modulet indføres i kvantitative og kvalitative forskningsparadigmer samt opnå evne til at designe og anvende:

- kvalitative metoder, herunder interviews, til brug i videnskabelig undersøgelse og analyse
- kvantitative metoder, herunder spørgeskemaer, til brug i videnskabelig undersøgelse og analyse.

Fagindhold og begrundelse

Modulet omfatter en indføring i undersøgelses- og analysemetoder i forbindelse med gennemførelse af videnskabelige undersøgelser inden for det informations-, kommunikations- og medievidenskabelige felt. Modulet giver den studerende viden om og kompetencer til at tilrettelægge undersøgelse og analyse på såvel et kvalitativt som et kvantitativt grundlag.

I tilknytning til modulet afholdes undervisningsaktiviteter inden for følgende områder:

- Kvalitative metoder, herunder særligt tilrettelæggelse af undersøgelse og analyse baseret på interviews
- Kvantitative metoder, herunder særligt tilrettelæggelse af undersøgelse og analyse baseret på spørgeskemaundersøgelser

Omfang og forventning

Undervisningen indeholder 14 undervisningsgange

Deltagere

Studerende på 3. semester

Deltagerforudsætninger

Deltager skal være indskrevet på uddannelsen Kommunikation og digitale medier og tilmeldt kurset.

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Teachers

- Camilla Dindler (CD)
- Gorm Larsen (GL)
- Mikkel Fugl Eskjær (MFE)
- Toine Bogers (TB)

1. Introduktion [MFE]

- *Course introduction*
- *Quantitative vs. qualitative research*

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, p. 160-169, 175-182, 380-389, 399-412, kap. 2

2. Research process & research designs [MFE]

- *Quantitative vs. qualitative research (cont.) + research process*
- *Cross-sectional / Longitudinal / Case study / Comparative / Experimental*

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, p. 8-15, 98-10, 686-692, chap. 3 + 4
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). *Research Methods in Human-Computer Interaction*, John Wiley & Sons Ltd., chap. 2 + 3 ^{SEKUNDÆR} [50 pages]

3. Sampling cases [MFE]

- *Probability sampling (quantitative methods)*
- *Purpose sampling (qualitative methods)*

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 8 + 18

4. Qualitative and quantitative methods [MFE]

- *Quantitative approaches: Observation studies*
- *Qualitative approaches: Content analysis*

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, kap. 19+13

5. Assessing research quality + Mixed methods [MFE]

- *Reliability/Validity: research quality in quan/qual*
- *Mixed methods: epistemological implications*

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, p. 169-179, 389-399, kap. 26, 27

6. Data collection: Interviews [CD]

Lektionen tager fat på sammenhængen mellem en undersøgelses formål og det kvalitative interviews muligheder for at belyse den problemstilling, der ønskes belyst.

Required reading

- Bryman, A. (2012): "Social research methods", Oxford, pp. 415-429, 468-490.

7. Data collection: Surveys [TB]

In this lecture we will focus on how to design and deploys surveys. Teaching will consist of a combination of flipped classroom teaching (with class time used for Q&A and discussion) and group exercises survey construction and deployment.

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 10 + 11 [38 pages]
- Kuniavsky, M. (2003). Surveys (chapter 11). In *Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research* (pp. 303-366). Morgan Kaufman [64 pages]

8. Data analysis: Interviews [CD]

Nu skal vi prøve kræfter med at analysere interviewmateriale, som ofte er stort og opleves som uordentligt eller ligefrem genstridigt. Via er induktiv tilgang – betegnet "kodning" – prøver vi at se mønstre og sammenhænge i materialet. Det er hensigten, at I med denne lektion primært får øvelse i at påbegynde en analyse samt viden om at organisere og præsentere en analyse på baggrund af kodning.

Lektionen veksler mellem forelæsning og små praktiske øvelser.

Required reading

- Bryman, A. (2012): "Social research methods", Oxford University Press, pp. 564-589.
- Interview med politiker

9. Data analysis: Interviews [CD]

I denne lektion præsenterer I uddrag af jeres analyser af interviewet med Morten Østergaard, og vi diskuterer udfordringer og indsigter.

Sidste del af lektionen om det kvalitative interview præsenterer og diskuterer erkendelsesteoretiske problemstillinger knyttet til den kvalitative interviewforskning samt andre relevante analysetilgange.

Læringsmålene for lektionen er at give jer:

Erfaring med at foretage kodning af kvalitative interviews

Erfaring med at organisere og præsentere en analyse på baggrund af kodning

Færdighed i at argumentere videnskabsteoretisk i forbindelse med tilrettelæggelse af kvalitative interviews.

Required reading

- Silverman, D. (2006, 3rd ed.) *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analyzing Talk, Text, and Interaction*. London: Sage, pp. 109-152.

10. Data analysis: Discourse analysis [GL]

a. Diskursanalyse I (2 timer): *Studiet af diskurser*

Kursusgangen introducerer til diskursbegrebet og det diskursanalytiske felt. Vi skal skabe os et overblik over de forskellige diskursanalytiske teorier og skitsere forskelle og ligheder og se på relationen til pragmatik og CA. Især skal vi have fokus på Ernesto Laclau og Chantal Mouffes diskursteori og Michel Foucaults diskursbegreb, der er afsættet og den moderne kilde til hele diskursteorien.

Litteratur:

- Bryman, A. (2008). Language in qualitative research. In *Social Research Methods*, Third Edition. Oxford University Press. (s. 492-513). (Grundbog)
- Foucault, M. (1978 [1976]): Vi viktorianere. In *Seksualitet-ens historie 1. Viljen til viden*. Rhodos (s. 7-22).
- Jørgensen, M. W. & Philips, L. (1999). Diskursteori. In *Diskursanalyse*. Samfundslitteratur. Roskilde Universitetsforlag. (s. 34-53).

b. Diskursanalyse II (4 timer): *Kultur, diskurs og medier*

På denne kursusgang skal vi se nærmere på den tredje meget central retning indenfor det diskursanalytiske felt, nemlig den kritiske diskursanalyse med centrale begreber og analyseredskaber fra Norman Fairclough og Teun A. Van Dijk,. Især skal vi have fokus på den analytiske kobling fra det tekstuelle niveau til det sociale praksisniveau og forholdet mellem den globale og lokale analyse.

Som casestudie ser vi på medier og forskellige kommunikationsprodukter. – Afslutningsvis skal vi også kaste et kritisk lys på diskursanalysen og dens forhåndsantagelser.

Litteratur:

- Paltridge, B. (2011). Doing discourse analysis? In *Discourse Analysis*. Continuum, London/N.Y." (s. 199-213 af 244).
- Fairclough, N. (1992). A Theory of Critical Discourse Analysis. In *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. (s. 62-100 af 261 sider).

11. Data analysis: Descriptive statistics [TB]

In this lecture we will focus on descriptive statistics, a branch of statistics that deals with describing patterns in the data. Descriptive statistics can help us identify outliers, anomalies, and human errors in the data, as well as understand which statistical tests would be appropriate to use. Topics include graphical and non-graphical representations, measures of central tendency and dispersion, and frequency & probability distributions. Teaching will consist of a combination of traditional lecturing and (group) exercises.

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 14 + 15 [33 pages]
- Hinton, P.R. (2014). *Statistics Explained*, Routledge, chap. 2^{SEKUNDÆR} [18 pages]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). *Research Methods in Human-Computer Interaction*, John Wiley & Sons Ltd., §4.1-4.2^{SEKUNDÆR} [5 pages]

12. Data analysis: Inferential statistics [TB]

In this lecture we will focus on inferential statistics, the branch of statistics that allows us to make inferences about the population using statistics from a sample of the population. Inferential statistics also help us reject or accept research hypotheses based on our experimental results. Topics include probability distributions, correlation, and the Chi-square test. Teaching will consist of a combination of traditional lecturing and (group) exercises.

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 14-16 [57 pages]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). *Research Methods in Human-Computer Interaction*, John Wiley & Sons Ltd., chap. 4 [30 pages]

13. Data analysis: Inferential statistics [TB]

This lecture continues our focus on inferential statistics, with the main focus being Student's t-tests. Teaching will consist of a combination of traditional lecturing and (group) exercises.

Required reading

- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 14 + 15 [33 pages]
- Hinton, P.R. (2014). *Statistics Explained*, Routledge, chap. 2^{SEKUNDÆR} [18 pages]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). *Research Methods in Human-Computer Interaction*, John Wiley & Sons Ltd., §4.1-4.2^{SEKUNDÆR} [5 pages]

14. Spørgetime [CD / TB]

???

Eksamen

En ekstern skriftlig prøve i "Undersøgelses- og analysemetoder" (Methods in Inquiry and Analysis). Prøven har form af en bunden skriftlig hjemmeopgave, hvor den studerende på baggrund af modulet besvarer det eller de udleverede spørgsmål inden for fagområdet. Opgavebesvarelsen må højst være på 15 sider og udarbejdes individuelt.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen.

Eksamenspræstationen skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 10 ECTS