

# Semesterbeskrivelse 3. semester

## Kommunikation og Digitale Medier, København

### Oplysninger om semesteret

Skole:	Skolen for Communication, Art and Technology (CAT)
Studienævnet:	Kommunikation og digitale medier
Studieordning:	Studieordning for bacheloruddannelserne i Kommunikation og Digitale Medier: Informationsvidenskab, Interaktive digitale medier og Kommunikation, september 2016: <a href="http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/152/152984_ba_kommunikationogdigitalemedier_2016_hum_aau.dk.pdf">http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/152/152984_ba_kommunikationogdigitalemedier_2016_hum_aau.dk.pdf</a>

### 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 de studerende erhvervet jer viden, færdigheder og kompetencer såvel teoretisk som analytisk, som fortsat kan bruges på 3. semester. På 3. semester ligger fokus imidlertid på gruppen eller organisationen som et fænomen, der enten er kommunikerende og/eller opstår gennem kommunikation, og analysen af dette som både intentionelle og ikke-intentionelle processer. I får derfor introduceret ny teori og nye analytiske tilgange, som er nødvendige for at arbejde problemorienteret med denne temaramme.

Hvor vi på 2. semester arbejdede med at beskrive, nær-analysere og fortolke den interpersonelle kommunikation og relation, arbejder de studerende på 3. semester arbejde med at analysere organisatorisk kommunikation. Vi skal beskæftige os med organisatorisk strategisk kommunikation forstået på et kontinuum fra rationelt planlagt strategi til emergent strategi. Man kan sige, at hvor fokus på 2. semester var på et kommunikativt mikro-perspektiv, er fokus på 3. semester primært på kommunikative organisatoriske perspektiver. Vi forstår 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. Analyser i dette perspektiv 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 markeds-kommunikation 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, særligt med henblik på at kunne analysere og forstå organisationers kommunikation i forhold til fx brugere, medarbejdere eller særligt afgrænsede målgrupper i organisationens omverden. En central pointe er 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.

Organisationers kommunikation i fx årsregnskaber, på hjemmesider og i forhold til særlige målgrupper bliver empiriske omdrejningspunkter på semestret, ligesom organisationers og virksomheders kommunikative praksisser undersøges, fx corporate social responsibility, interne organisatoriske leder/medarbejdersamtaler, medie relationer eller kampagnetilrettelæggelse. Ligeledes vil vi arbejde med organisationers 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 vægt på brugen af interviews, diskursanalyse og evt. inddragelse af kvantitative analyser herunder surveys.

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

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

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 læringssigte 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” handler primært om temarammens genstandsfelt, mens ”Undersøgelser- og Analysemetoder” (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 ”Design og IKT med organisation som kontekst” (*Dikto*) ligger i sidste halvdel af undervisningsperioden og afsluttes umiddelbart med en obligatorisk afløsningsopgave i form af en hjemmeopgave.

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 til semestret

Grundbøger	Moodle
<p><b>Bøger:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Guldbrandsen, I.T. &amp; Just, S.N. (2016) <i>Strategizing Communication, Theory and Practice</i>, Samfundslitteratur</li><li>• Willerslev, R. (2017) <i>Tænk vildt</i>. København: People's Press.</li><li>• Castro, E. &amp; Hyslop, B. (2013): <i>HTML and CSS</i>. Eight Ed. Peachpit Press</li><li>• Jørgensen, K.S. (2014): <i>Virksomhedens Omdømme</i></li><li>• Bryman, A. (2016). <i>Social Research Methods</i> (5<sup>th</sup> ed.), Oxford University Press.</li><li>• Hegelund, S. (2000). <i>Akademisk argumentation. Skriv overbevisende opgaver på de videregående uddannelser</i>. Frederiksberg: Samfundslitteratur.</li><li>• Leonardi, P.M, Nardi, B.A., Kallinikos, J. (eds.), (2012) <i>Materializing and Organizing. Social interaction in a technological world</i>. Oxford University Press Isbn: 978-0-19-966406-1</li></ul>	<p>Øvrig pensumlitteratur ligger i kursusrummene i Moodle, herunder med Link til AUB.</p>

### Gruppedannelse

Gruppedannelse løber over to dage og finder sted i uge 39.

### Midtvejsseminar

Midtvejsseminaret består af studenter- og vejlederfeedback på mundtlige oplæg.

## Vigtige datoer

aktivitet	Intro	Gruppedannelse	Midtvejsseminar	Projektaflevering + semesterevaluering	Eksamensopgave i DIKTO	Eksamensopgave i UAM
ato	4. september kl. 12.30	28. og 29. september	14. november	20. december	Aflevering: 8.11. klokken 14 10.11. klokken 14	Aflevering: 16.11. klokken 12 3.01. klokken 12

## Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

**Ankerlærer:** Alice Juel Jacobsen ([ajja@hum.aau.dk](mailto:ajja@hum.aau.dk))

**Studiesekretær:** Karin Jensen ([kje@hum.aau.dk](mailto:kje@hum.aau.dk))

## Projektmodul: Kommunikation og Strategi

Modulet udgør 15 ECTS point svarende til 412,5 arbejdstimer

### Placering

3. Semester

Studienævnet for kommunikation og digitale medier

### Modulansvarlig

Alice Juel Jacobsen

### 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 organisatorisk perspektiv.

I tilknytning til modulet afholdes undervisningsaktiviteter inden for følgende områder:

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

### 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 lægges særlig vægt på strategi og kommunikation med organisation som omdrejningspunkt. Formålet med kurset er at kvalificere deltagerne til at undersøge; dvs., beskrive, analysere og kritisk reflektere over strategisk kommunikation i organisationer. Vi sætter fokus på hvordan det er muligt at opnå indsigt i strategi, kommunikation og organisation fra forskellige videnskabsteoretiske positioner. Desuden tilbydes på modulet lektioner omhandlende mere generelle akademiske kompetencer.

## Omfang og forventning

Kurset består af i alt fjorten kursusgange. Til en stor del af kursusgangene er der knyttet workshoparbejde som skaber forbindelse mellem kursets teoretiske tilgange og praksisanalyse. Undervisningen på modulet omfatter desuden syv lektioner med indlagte øvelser, som nævnt, omhandlende generelle akademiske kompetencer i PBL, akademisk skrivning og litteraturreview.

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

# Projektmodul: Kommunikation og Strategi (KDM\_BA\_CPH)

**(kursusgange undtaget gruppedannelse og midtvejsseminar)**

Modulansvarlig: Alice Juel Jacobsen

Undervisere: Birger Larsen

Kasper Bering Liisberg

Lars Holmgaard  
Christensen

Peter Allingham

Anne Hatting

Alice Juel Jacobsen

Vi glæder os til at se jer til arbejdet med kommunikation og strategi.

På projektmodulet lægges særlig vægt på strategi og kommunikation med organisation som omdrejningspunkt. Formålet med kurset er at kvalificere deltagerne til at undersøge; dvs., beskrive, analysere og kritisk reflektere over strategisk kommunikation i organisationer.

Vi sætter fokus på hvordan det er muligt at opnå indsigt i strategi, kommunikation og organisation fra forskellige videnskabsteoretiske positioner. Teorier om strategisk kommunikation og organisation til analyse og forståelse af strategisk kommunikation er på 3. semester prioriteret fremfor konkret udvikling af organisationers kommunikationsstrategier. Udviklingsarbejde med organisationers kommunikation er knyttet til 5. og 6. Semester. (Se studieordningen)

Til kurset har vi i år, valgt en ny grundbog, Strategizing Communication. Grundbogen giver en samlet og samlende teoretisk forståelse for organisationers strategiske kommunikation. Til de enkelte dele af de teoretiske gennemgange er knyttet konkrete case-eksempler og analyser med henblik på at eksemplificere teoriernes analytiske muligheder og anvendelse. Foruden grundbogen vil der til de enkelte kursusgange være opgivet yderligere litteratur.

De fleste kursusgange vil veksle mellem teoretiske oplæg og øvelsesarbejde. Kurset består af i alt 14 kursusgange. Til en stor del af kursusgangene er der knyttet workshoparbejde som skaber forbindelse mellem kursets teoretiske tilgange og praksisanalyse.

Til de enkelte kursusgange er der desuden knyttet særlige studenteroplæg. Oplægsopgaverne er beskrevet under de enkelte kursusgange på Moodle. Til dette indslag i undervisningen er I sammensat i grupper efter tilfældighedsprincip. Grupperne er altså arbejdsgrupper og ikke projektgrupper.

Projektgrupper danner vi på sædvanlig vis i en gruppedannelsesproces undervejs i projektmodulet. Se oplægsgruppeoversigten på som er oploade nedestående.

Den gennemgående grundbog til projektmodulet er:

Guldbrandsen, T. Ib & Justesen, Sine N., (2016) Strategizing Communication, - Theory and practice. Samfundslitteratur.

Derud over anbefales det at anskaffe følgende bøger til projektmodulet:

Jørgensen, K.S. (2014): Virksomhedens Omdømme,

Willerslev, R.(2017) Tænk vildt. København: People's Press.

Bøgerne kan anskaffes hos Factum Books

Bogen til HTML kursusgange bestilles på Amazon - Forlag (Se link under første kursusgang):

Castro, E. & Hyslop, B. (2013: HTML and CSS. Eight Ed. Peachpit Press

Factum Books kan kontaktes på tlf.8937 3585 eller på mail [aalborg@factumbooks.dk](mailto:aalborg@factumbooks.dk)

Faste åbningstider er:

Mandag – torsdag: 9.30 - 16.00, fredag: 9.30 - 15.00

Til kursusmodulet er der ikke kompendium. Tekster ud over grundbogen op loades på Moodle.

På snarligt gensyn til semester intro den 04. 09.

Alice



# Emne 1

## Grundlæggende webdesign 1: HTML v/Birger Larsen

Dette mini-kursus på 2 lektioner giver en hands-on introduktion til grundlæggende webdesign og HTML. Formålet er at give en grundlæggende forståelse for de tekniske aspekter af webdesign bag kommunikationsprodukter idet meget kommunikation nu foregår via en eller anden web-baseret platform. Det er derfor essentielt med en grundlæggende forståelse for hvordan websider skabes og fungerer samt hvilke kommunikative muligheder de tilbyder - f.eks. i analysen af strategisk kommunikation i organisationer.

Grundbog til HTML kurset er Castro & Hyslops bog om "HTML & CSS" fra 2013. Den har alt om HTML og CSS som I nogensinde får brug for og er up-to-date! [Amazon - Forlag

Der er adskillige gode online gratis tutorials om HTML. Vi anbefaler:

- o <http://www.htmldog.com/guides/ht>

Som forberedelse til kurset d. 5/9 bedes I læse kapitel i 1-6 i Castro & Hyslop (2013) OG før undervisningen arbejde jer gennem:

- o HTML Beginner Tutorial
- o HTML Intermediate Tutorial

I skal bruge en tekst eller HTML-editor til at forfatte HTML-kode og en webbrowser til at se resultatet. Mac-brugere kan med fordel bruge TextWrangler (Mac App Store Link), og Windows-brugere NotePad++ <https://notepad-plus.org/>.

Medbring jeres laptops, da vi kommer til at arbejde med en del praktiske øvelser.

Litteratur:

Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upld
-------------------------	-------------------------	--------------

---

Castro, E. & Hyslop, B. (2013: HTML and CSS. Eight Ed.  
Peachpit Press, xxvi,549 s.

168

---

## Emne 2

### Strategisk kommunikation i organisationer v/Alice

Som et startpunkt for udforskningen af strategisk kommunikation i organisationer skal vi beskæftige os med en nuanceret typologi, dvs. Henry Mintzberg's fem P'er i strategisk kommunikation. Vi skal se at selv tilfældige handlinger og beslutninger kan producere strategi og være strategiske samtidig med at der også kan være tale om planlagt og intentionel strategi. Til dette vil vi inddrage nødvendige videnskabsteoretiske positioner til at forstå hvordan strategisk kommunikation i organisationer eksisterer i verden (ontologi) og hvordan vi kan skabe viden om strategisk kommunikation i organisationer (epistemologi). På kurset introduceres også det organisationsteoretiske felt og forskellige perspektiver på organisationer, dvs. det modernistiske, det symbolske og det postmoderne perspektiv.

Litteratur

Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
-------------------------	-------------------------	----------------

---

### Grundbogen: Guldbrandsen, T. Ib & Just, Sine N., (2016) *Strategizing* 44

Communication, - Theory and practice.

Samfundslitteratur. (Kapitel 1, dvs., pp. 13-57)

---

Hatch, Mary Jo & Anne L. Cunliff  
(2013) *Organizational Theory*, Oxford University Press.

(Kapitel 1 og 2, s. 3-53)

50

X

---

Ialt

94 sider



## Emne 3

### Strategi som bevidst beslutning v/Alice

Vi skal denne gang beskæftige os med strategifeltets oprindelse og de tidlige teories indflydelse på nutidige begreber i strategifeltet. Men også, hvad er kritikken af de tidlige teorier og begreber og hvad tager vi med os videre i aktuel analyse og strategisk kommunikativ planlægning? Vi sætter fokus på SWOT analyse, PESTEL og Porter's Five Forces. Vi skal desuden denne gang beskæftige os med forskellige typer af organisationer. Hvad er de overordnede forskelle på om organisation primært befinder sig i den offentlige sektor, den private sektor eller i den tredje sektor af frivillige, non-profit organisationer? Og hvad betyder dette for forståelsen af kommunikation og strategi? Vi afprøver de teoretiske begreber på Cases og ser på forskelle og ligheder mellem organisationer fra forskellige sektorer.

Litteratur:

Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
-------------------------	-------------------------	----------------

---

### Grundbogen: Guldbrandsen, T. Ib & Just,

#### 34

Sine N., (2016) *Strategizing Communication, - Theory and Practice*. Samfundslitteratur. (Kapitel 2, dvs., pp. 57-91)

Klausen, K. K. (2001) Skulle det være noget særligt?  
Organisation og ledelse i det offentlige. Børsens forlag (s 98-148) 50

Casemateriale: IKEA og AAU 20

## Emne 4

### Strategisk kommunikation som planlægning

v/ Kasper Bering Liisberg

Vi fokuserer på de tidlige teorier om kommunikation som overførelse af information herunder Lasswell's kommunikationsmodel der var det første egentlige bud på en sådan. Vi retter desuden blikket mod Lazarsfelds epokegørende undersøgelse af holdning og stemmeafgivelse i forbindelse med præsidentvalg i USA, samtidig med at vi dykker vi ned i og undersøger forskellige tilgange til effekt.

#### Litteratur:

Pri. litt. side	Sek. litt.side	Dig. Upload
antal	antal	

Gulbrandsen, I. T., Just, S. N. (2016)  
Strategizing Communication, Frederiksberg,  
Samfundslitteratur. pp. 91-130

40

x

Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. and  
Gaudet, H. (1948)The Peoples Choise. 2ndedition. New York:  
ColumbiaUniversity Press

30

x

Lasswell, Harold D. (1948). "The  
Structure and Function of Communication in Society", in Schramm, W. (Ed.). (1960). Mass Communications  
(2nd ed.).Urbana, IL: University of Illinois Press.pp.117-129

14

Ialt

84 sider

## Emne 5

### Grundlæggende webdesign 2 - layout med CSS v/ Birger Larsen

Som forberedelse til lektionen d. 18/9 bedes I læse kapitel 7-11 i Castro & Hyslop (2013) OG arbejde jer gennem:

- CSS Beginner Tutorial
- CSS Intermediate Tutorial

Medbring jeres laptops, da vi kommer til at arbejde med en del praktiske øvelser.

Litteratur:

Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. uplo
-------------------------	-------------------------	--------------

---

Castro, E. & Hyslop, B. (2013: HTML and CSS. Eight Ed.  
Peachpit Press, xxvi,549 s.

## Emne 6

### Kommunikation og strategi som planlægning - fortsat

v/ Kasper Bering Liisberg

Vi fortsætter med at se på fordele og ulemper ved de simple og mere sofistikerede kommunikationsmodeller. Vi fokuserer blandt andet på tilsigtet og utilsigtet samt kort og langsigtet påvirkning.

Vi ser på hvordan kommunikation kan tænkes ud fra Rogers diffusionsteori og slutter af med at få en forståelse for strategiske kommunikationsplaner og hvordan pressen medtænkes i denne strategi.

Øvelse: Hverken Super eller Best

Med den gennemgåede teori som ballast ser vi på hvordan en relancering af SuperBest er blevet gennemført. Vi tager udgangspunkt i de praktiske strategiske kommunikative valg som er blevet truffet i forsøget på at nedtone kødskandaler, fup priser på nettet og gammel vin på dyre flasker.

Gennem vores nye viden omkring strategisk kommunikation ser vi nærmere på hvorfor og hvordan SuperBest er havnet i og har håndteret krisen. Det store spørgsmål er hvorfor SuperBest i dag har valgt at kalde sig Meny og hvilke kommunikative tiltag de har foretaget for fremstå som en troværdig fødevarekæde?

Oplægsopgave: Studenteroplæg om Everett (1983)

## Litteratur:

Grundbog: Gulbrandsen, I. T., Just, S. N. (2016). *Strategizing Communication*, Frederiksberg, Samfundslitteratur. pp. 91-130

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
<i>Rogers, Everett M. (1983). Diffusion of innovations (3rd ed.). New York: Free Press of Glencoe. pp. 241-271</i>	33		x
McQuail, D. (2010). <i>McQuail's Mass Communication Theory</i> . 6 <sup>th</sup> ed. London: Sage. pp. 190-214	34		
Steve Tibbie, (1997). "Developing communications strategy", <i>Journal of Communication Management</i> , Vol. 1 Issue: 4, pp.356-361	7		x
Kvetny, P. (1999): <i>Medierne som strategisk interessentgruppe</i> , In Helder, J., A. (ed) <i>Modtageren som medproducent - nye tendenser i virksomhedskommunikation</i> , Frederiksberg, Samfundslitteratur (pp. 323-372).	50		
I alt	124 sider		

## Emne 7

### Strategi som praksis, kommunikation som proces v/ Alice

På denne kursgang skal vi beskæftige os med teoretiske tilgange som forstår strategi som noget andet end logisk rationelle, planlagte og målrettede handlinger. Argumentet er at organisatorisk liv i praksis er rodet, komplekst og kaotisk, præget af *Garbage Can* beslutninger. Vi skal fra denne position se på strategi som meningsskabelse, herunder hvad er forskellen på retrospektiv og prospektiv meningsskabelse og hvordan man kan se på strategi som narrativ eller strategi som praksis dvs. noget organisationer gør i en social praksis. Vi skal desuden se nærmere på strategisk kommunikation som proces.

Parallelt med ovenstående opfattelser af strategi skal vi se hvordan strategisk kommunikation kan forstås som relationelle processer fremfor informationsoverførsel. I klyngeundervisningen skaber vi forbindelse mellem den teoretiske gennemgang og en narrativ analyse af en konkret Case.

## Litteratur

Grundbogen: Guldbrandsen, T. I. & Just, Sine N., 55  
(2016) *Strategizing Communication, - Theory and practice*. Samfundslitteratur.

(Kapitel 4 og 5, dvs., pp. 131-186)

---

Boje, D., (2001) *Narrative Methods for organizational & Communication Research*, Sage Publications (Introduction pp. 1-11 (uddrag) og Chapter 1 pp.18-29 (uddrag) 21 x

---

Hatch, M. J., Schultz, M., (2004) *The Dynamics of Organizational Identity*. In 33 x  
*Organizational Identity. A Reader*. Oxford and New York: Oxford University Press

## Casemateriale: [www.lf.dk/aktuelt/et-nyt-kapitel/tv-spot-et-nyt-kapitel](http://www.lf.dk/aktuelt/et-nyt-kapitel/tv-spot-et-nyt-kapitel)

Vækst i balance: <http://www.lf.dk/om-os/om-landbrug-og-foedevarer/vaekst-i-balance>

4 avisartikler 8 x

I alt 117 sider

Supplerende litlitt.

Juel Jacobsen, A. (2006) "Der var engang". Narrativer i 24 x  
organisationsforskningen. In Lauersen, E.,

Juel Jacobsen, A., Thøgersen, Wiberg M., (eds.), *Tanker til tiden- om studier aflæring*, Aalborg Universitetsforlag, (s. 125-149)

## Emne 8

### Projektskrivning på 3. Semester v/Alice

Vi sætter projektarbejdet i gang og I får lejlighed til at starte med at generere ideer til projekter.

## Emne 9

### Lobbyisme som strategisk kommunikation v/ Lars Holmgaard Christensen

Ligesom politikere har brug for journalister til at stille kritiske spørgsmål og sætte fokus på politiske dagsordener for derigennem at gøre dem demokratisk troværdige, så har de politiske processer i flere tilfælde også brug for lobbyvirksomhed, da den viden, som flyder til politikerne fra lobbyvirksomhed, kan ses som en forbedring af beslutningsprocesser, idet lobbyvirksomheder konkurrerer om at levere den bedste og mest brugbare viden for politikernes demokratiske spil. Lobbyvirksomhed handler hovedsageligt om at dele, anvende og indsamle viden tidligt i beslutningsprocesser, som fra magtens centrum kan rapporteres til de moderorganisationerne, som lobbyvirksomheden repræsenterer. I forhold til Mintzbergs 5 p'er kan lobbyisme planlægges, men det er i højere grad en emergent kommunikationsstrategisk tænkning, der skal sikre omdømme, image og position.

På denne kursusgang etablerer vi en teoretisk forståelse og bevæger os derfra til modelforståelse, som skal forberede os til at anvende stoffet i praksis. Formålet med kursusgangen bliver således at introducere lobbyisme i forhold til strategisk kommunikation og som en PR-disciplinens strategiske kommunikationsarenaer. Kursusgangen vil gøre den studerende i stand til at identificere forskellige tilgange til lobbyisme på tværs af organisationstyper og virksomhedsforetagender, herunder også påvirkning i forhold til lokale, nationale såvel som overnationale politiske institutioner (EU). Der vil være et fokus på, hvordan budskaber produceres, og hvordan medierne bringes i spil i forbindelse med lobbyvirksomhed.

I øvelsestimerne arbejder vi videre med de praktiske modeller for at forstå de teoretiske begreber, dels for at gøre dem anvendelige og praktiske, men også for at skærpe et analytisk blik på PR-aktiviteter og kampagner.

Litteratur:

	Primærside	Sekundærside	Dig.Upl.
Guldbrandsen, I. T. & Just, S.N. (2016): Strategizing Communication. Frederiksberg: Samfundslitteratur. Pp187-266	79		

Jørgensen, Kresten Schultz (2014): Virksomhedens Omdømme; Gyldendal Business; s. 82-119	31				
Hegelund, Susanne & Mose, Peter (2017): Flyt magten - sådan bliver du en god lobbyist; Gyldendal Business (s. 178-216 i bogen er primær på kursusgang 10)			370		
Svendsen, Gert Tinggaard (2008): Lobbyisme i EU; Samfundslitteratur; s. 93-125	32				X
	143 sider		370 sider		

## Emne 10

# Lobbyisme som strategisk kommunikation - i praksis v/ Lars Holmgaard Christensen

Når det handler om at arbejde strategisk med kommunikation i netværk omkring de politiske beslutninger, er det som kommunikationsstuderende nødvendig at forstå det relationsarbejde, der foregår mellem politikere, journalister og lobbyvirksomheder. Også mediernes mellemkomst skal tænkes med i de strategiske overvejelser

*Case: Landbrug og Fødevarer.*


Kursusgangen vil være praktisk case-orienteret, hvor begreber, forståelser og modeller fra kursusgang 9 bringes i anvendelse som analytiske redskaber og som planlægningsredskab til at vurdere kommunikationsstrategiske indsatser i forhold til stakeholderpres og lobbyvirksomhed.

Der vil blive vekslet mellem øvelser, oplæg og forelæsning.

Litteratur:

	Primærside		Sekundærside		Dig.Upl.
Jørgensen, Kresten Schultz (2014): Virksomhedens Omdømme; Gyldendal Business; s. 219-272	53				
Hegelund, Susanne & Mose, Peter (2017): Flyt magten - sådan bliver du en god lobbyist; Gyldendal Business; s. 178-216	38				X
	91 sider				



Flyt Magten - Uddrag Fil 



# Emne 11

## Organisation, identitet og strategi v/ Peter Allingham

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 strategisk 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 kommerciel og ikke-kommerciel strategisk organisationskommunikation. Desuden sættes fokus på, hvad identitet, profil, image og aura, m.m. er for størrelser i relation til organisationers kommunikation.

### Litteratur

	Obl. litt. sideantal	Suppl. Litt. sideantal	Dig. upload
Berg, Per Oluf (2000): Fra image til aura. In: F. Stjernfelt og O. Thyssen (red.): <i>Æstetisk kommunikation</i> . København: Handelshøjskolens Forlag, p. 71-83.	13		
Guldbrandsen, I. T. & Just, S.N. (2016) Internal and external. In: Strategizing Communication. Frederiksberg: Samfundslitteratur. Pp. 233-270.	38		
Hatch, Mary Jo & Majken Schultz (2009): Hvem er du? In: <i>Brug dit brand</i> . København: Gyldendal Business. Pp. 69-92.	24		

Willerslev, R. (2017) Tænk vildt. København: People's Press. Pp. 1-160. \*Anvendes i flere lektioner. 80

---

Supplerende litteratur

Christensen, Lars Thøger & George Cheney (2000): 26

"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. Pp. 246-271

Hatch, Mary Jo and Majken Schultz (2004): The 30

Dynamics of Organizational Identity. In: *Organizational Identity. A Reader*.  
Oxford and New York: Oxford University Press. Pp. 377-406

Klein, Naomi: (2001): Den ny mærkevareverden. In: *No* 20

*Logo: mærkerne magten, modstanden*. Århus: Klim, Pp. 23-42.

---

Nielsen, Mie Femø (red.) (2004): Under vejr med sig selv. 36

In: *Spin, selvfremstilling og samfund*. København: Forlaget  
Samfundslitteratur. Pp. 243-278.

I alt 155 112

## Emne 12

### Virksomhedsøkonomi v/Anne Hatting

Vi sætter fokus på økonomiens kommunikative rolle i organisationer, med udgangspunkt i den performative og handlingsorienterede funktion. (jv grundbogens kap.1) Undervisningen består af en blanding af forelæsning og øvelser. Forelæsningen introducerer teori om og eksempler på, hvordan handlinger i og beretninger fra virksomheder om økonomiske forhold, både kan analyseres som en fortælling om organisationen, og som et signal i sig selv. Med fokus på aktiviteter og tekster omkring økonomi i virksomheden, analyseres årsrapporter fra en virksomhed. Årsrapporter kan betragtes som kommunikation til alle former for stake-holders, og illustrerer

problemstillingen med at skelne mellem intern og ekstern kommunikation (jv grundbogen kap.7). Det empiriske grundlag for øvelserne er dokumenter fra Metroselskabet.

Litteratur:

	Primær, sidetal	sekundær	Dig. upload
Taylor & van Every (2011) <i>The situated organization</i> , (pp. 120-149). Routledge	30		x
Macintosh, N & Quattrone, P(2010): <i>Management accounting and control systems</i> , (pp.9-37). Wiley	27		x
Krugman, P (1994) <i>Competitiveness: A dangerous Obsession</i> , <i>Foreign Affairs</i> March/April 1994 (pp. 28-44)	17		x
Raworth, K (2017) <i>Doughnut Economics</i> , Random House Business Books UK (pp.1-30)	30		x
Metroselskabet – økonomi- og selskabsdokumenter (www.m.dk):  - Årsrapport 2016  - CSR-rapport 2016  - Metroselskabets kompendium for god selskabsledelse	- Øvelsesmateriale	- Øvelsesmateriale	x

Ialt 104 sider

## Emne 13

### **Identitetsstrategier: branding, m.m. v/ Peter Allingham**

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. Desuden anlægges et kritisk perspektiv på branding som kulturelt fænomen.

Litteratur:

	Obl. litt. sideantal	Suppl. litt. sideantal	Dig. uplod
Allingham, P. (2017): Æstetiseret kommunikation. In: Blaagaard, B; Dindler, C.; Roslyng, M.M. <i>Studier i kommunikation</i> . Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. Pp. xx-xx.	(25)		
Buhl, C. (2008): Branding og brandingstrategier. In: Kristian Eiberg, m.fl. (red.) (2008): <i>Integreret markeds kommunikation</i> . København: Samfundslitteratur. Pp. 41-55.	15		x
@Hansen, H. (2012): Brandarkitektur. In: <i>Branding – Teori, modeller og analyse</i> . København: Samfundslitteratur. Pp. 71-84.	14		x
Willerslev, R. (2017) Tænk vildt. København: People's Press. Pp. 1-160. *Anvendes i flere lektioner.	80		
Supplerende litteratur:			
Fog, K. m.fl. (2002): <i>Storytelling: branding i praksis</i> . Frederiksberg: Samfundslitteratur.		232	
Mollerup, P. (1998): <i>Marks of Excellence</i> , London: Phaidon,			
Mollerup, P. (2008): <i>Brand Book</i> . København: Børsen. Pp. 59-78.		20	
Rosholm, G. & Jesper H. (2004): "Historier, der overbeviser" in: <i>Historiefortælling i praktisk kommunikation</i> . Roskilde Universitetsforlag. Pp. 21-52		31	
I alt 240 sider	134	523	

## Emne 14

### Teoretisering over strategisering v/ Alice

På projektmodulets sidste undervisningsgang genser vi de klassiske definitioner på organisation, kommunikation og strategi. Vi holder dem op imod nyere forståelser af begreberne som giver mulighed for anderledes indblik i kommunikation og strategi i organisationer. Derudover samler vi op på stoffet. Tre grupper holder oplæg og samler op med hver sit fokus – hvad har vi hæftet os ved; det vil sige; hvilke væsentlige faglige pointer (f.eks. 3 – 5 pointer) kan sammenfatte det vi tager med os fra undervisningen i kommunikation og strategi i organisationer? Gruppe 1 Kommunikativt, Gruppe 2 Strategisk (kommunikativt), Gruppe 3 Organisatorisk.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Grundbogen: Guldbrandsen, T. Ib & Just, Sine N., (2016) <i>Strategizing Communication, - Theory and practice</i> . Samfundslitteratur. (Kapitel 9, dvs., pp. 309-335)	26		
Høpner, J., T. Jørgensen, T. Andersen, H.B. Sørensen (2010): <i>Modstillinger i organisations- og ledelsesteori</i> , Hans Reitzels Forlag. (Pp. Kapitel 6, 87-103)	16		x
Fuglsang, L. (2011). Aktør-Netværks-teori eller tingenes sociologi. In <i>Videnskabsteori i samfundsvidenskaben</i> . Samfundsvidenskab. (Kapitel 11. Pp. 351-376)			
Latour, B. (2008). <i>En ny sociologi for et nyt samfund</i> . Akademisk Forlag. København (Pp. 86-109)	23		x
I alt	80 sider		

**Eksamen på projektmodulet (Prøve 8)** En intern 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.

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.

# Undervisningen i Generelle akademiske kompetencer

Dette undervisningsforløb sætter fokus på de studerendes fortsatte udvikling af *akademiske kompetencer* i forhold til problembaseret projektarbejde og akademisk tekstproduktion. Forløbet består af følgende 4 lektioner/workshops:

## 1. 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 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.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Rowley, J., & Slack, F. (2013). Conducting a Literature Review. <i>Management Research News</i> , 27(6), 31–39	9		x
Webster, J., & Watson, R.T. (2002). Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review. <i>MIS Quarterly</i> , 26(2)	11		x

## 2. PBL – 5 veje til et produktivt og progressivt projektarbejde

v. Frederikke Winther

På denne workshop diskuteres både de praktiske og de videnskabelige dimensioner af problembaseret læring med henblik på det kommende projektarbejde.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Mac, A. Og Hagedorn-Rasmussen, P. (red.) (2013). <i>Projektarbejdets kompleksitet</i> , Samfundslitteratur. S. 133-197 + 215-227 (kapitel 8, 9, 10, 11 & 13).	76		

## 3. Akademisk argumentation

v. Annette Hoffskov & Frederikke Winther

På denne workshop rettes fokus mod kvalificeret, akademisk argumentation som et helt centralt element i akademisk tekstproduktion. På workshoppen arbejdes med argumentationen i egne og andres (projekt-)tekster med henblik på at træne de studerende i at konstruere og revidere argumenter i projekterne.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Hegelund, S. (2000). <i>Akademisk argumentation. Skriv overbevisende opgaver på de videregående uddannelser</i> . Frederiksberg: Samfundslitteratur.	50		

## 4. Akademisk skrivning

v. Annette Hoffskov & Frederikke Winther

På denne workshop arbejdes med sproglig karakter og kvalitet i akademisk skrivning. Der arbejdes med uddrag fra det aktuelle projektarbejde med henblik på at skærpe den sproglige opmærksomhed og tekstrevidering i projektskrivningen.

Litteratur:

	Pri. litt. sideantal	Sek. litt. sideantal	Dig. upload
Rienecker, L., P.S. Jørgensen (red.): Klart og videnskabeligt sprog. I <i>Den gode opgave</i> . Samfundslitteratur. S. 321-248.	27		
Pontoppidan, C. (2013). Kap. 4: Tekstens sætningsniveau. I <i>Gør teksten klar. Principper for klart skriftsprog</i> . Samfundslitteratur. s. 87-118.	31		



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

## Placering

3. Semester  
Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier

## Modulansvarlig

Birger Larsen og Anne Hatting

## Type og sprog

Modulet er et studiefagsmodul  
Undervisningen foregår på dansk. Litteratur er 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 løsningsorganisatoriske 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

# Studiefag: Dikto (Design og IKT med organisation som kontekst) (KDM\_BA\_CPH)

---

 [moodle.aau.dk/course/view.php](https://moodle.aau.dk/course/view.php)

## Emneoversigt

## Design og IKT med organisationer som kontekst

Velkommen til DIKTO - *Design og IKT med organisationer som kontekst*. DIKTO er et 5-ECTS kursus på Bacheloruddannelsen i Kommunikation og Digitale Medier og behandler hvordan forskellige kommunikationsformer og IT-systemer tages i anvendelse med strategiske intentioner om f.eks. udvikling i organisationer.

Formålet med kurset er at give de studerende indsigt i teoretiske og praktiske tilgange til forståelse og håndtering af valg og brug af informationsteknologi i organisatoriske sammenhænge.

Undervisere er lektor Anne Hatting og professor Birger Larsen . Kurset starter **mandag d. 2/10 kl. 12:30-**

**16.15 i FKJ10A 3.161 (C)**. Bemærk at undervisningen ikke er samme tidspunkt og sted hver uge, og at de kan blive ændret undervejs - hold øje med Moodles kalender for undervisningstidspunkter og lokaler.

### Grundbog

- Huniche, L. & Olesen, F. (2014): *Teknologi i sundhedspraksis*. København: Munksgaard, 352 s.

Bogen er bestilt hjem og vil kunne købes i AAUs boghandel Academic Books frem til d. 9/9.

## Formalia

*Studiefagsmodul (5 ECTS): Design og I med Organisation som kontekst (DIKTO)*

*3. semester, BA under Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier*

*Modulansvarlig: Anne Hatting og Birger Larsen*

*Undervisningen foregår på dansk. Litteratur er 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 løsningers organisatoriske betydning.*

## Fagindhold og begrundelse

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

## Modulaktiviteter

*Forelæsninger og øvelser (der arbejdes med IT-design ud fra en gennemgående case. De studerende fremlægger tekster fra grundbogen 'Teknologi i sundhedspraksis').*

*Forelæsninger med udgangspunkt i diverse tekster om interaktionsdesign og grundbog om relationer mellem mennesker og teknologi (Huniche & Olesen, 2014). Forelæsninger relateres til øvelsestimer, hvor der arbejdes i grupper med den gennemgående case + studenterfremlæggelse- og diskussion af tekster (i alt 180 s.) fra grundbogen 'Teknologi i sundhedspraksis'.*

*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.*

## Eksamen (Prøve 9)

*En intern skriftlig prøve i "Design og IKT med organisation som kontekst (Design and ICT in an organizational context)" der tager udgangspunkt i et af en eller flere studerende udarbejdet it-design, der understøtter kommunikation i organisationer.*

*Sidetæl: Opgaven udarbejdes individuelt og må højst være på **8 sider**.*

*Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen. Opgaven bedømmes af censor og eksaminator.*

*Opgaven skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.*

*De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS-point.*

*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.*

# Lektion 1: Interaktionsdesign (4 timer)

Birger Larsen og Anne Hatting

Introduktion til DIKTO Teknologi

i praksis Præsentation af case

**Birger Larsen**

**Interaktionsdesign**

Formålet med dette tema er at introducere til feltet interaktionsdesign og dets centrale begreber.

**Litteratur**

Reference	Primær	Sekundær	Upload
Huniche, L. & Olesen, F. (2014): <i>Teknologi i sundhedspraksis</i> . København: Munksgaard, 352 s. <b>Introduktion + kapitel 3.</b>	43 s		
Goorman, E. & Berg, M. (2000): Modelling nursing activities: electronic patient records and their discontents. <i>Nursing Inquiry</i> , 7, s. 3-9. [AUB link]	7 s.		
Grudin, J. (1990): The computer reaches out: the historical continuity of interface design. <i>CHI'90</i> . ACM, New York, s. 261-268.	8 s.		
Bardzell, G. & Bardzell, S. (2016): Humanistic HCI. <i>Interactions</i> , March-April 2016, ACM, New York, s. 21-29.	9 s.		
Sharp, H., Rogers, Y. & Preece, J. (2007). Interaction Design: Beyond human-computer interaction, 3rd Edition. O'Reilley. <b>Kapitel 1.</b> [AUB link]	35 s.		

## Lektion 2: Interaktion og kontekst (4 timer)

Birger Larsen

I denne lektion arbejder vi med at forstå konceptuelle modeller for interaktion i teori og praksis, og med hvordan vi kan forstå den kontekst som vi designer til? I denne lektion starter vi også på at formulere vores forståelse af og vores spørgsmål til vores case/den organisation vi designer til.

Litteratur Reference	Primær	Sekundær	Upload
Sharp, H., Rogers, Y. & Preece, J. (2007). Interaction Design: Beyond human-computer interaction, 3rd Edition. O'Reilley. <b>Kapitel 2, afsnit 9.3.1 og 9.3.2, kapitel 10 og afsnit 11.5.</b> [AUB link]			65 s.
Johnson, J. & Henderson, A. (2002): Conceptual Models: Begin by designing what to design. <i>Interactions</i> , 1(9), s. 25-32. [AUB link]			8 s.
Tidwell, J. (2010). <i>Designing Interfaces – Patterns for Effective Interaction Design</i> , 2nd edition. Sebastopol, CA: O'Reilley, xxv, 577 s. <b>Preface + Kapitel 1.</b>			8 s.
Orlikowski, W. (1992). Learning from Notes: Organizational Issues in Groupware Implementation. <i>CSCW'92</i> . New York: ACM, s. 362-369. [AUB link]			36 s.

## Lektion 3: Design af brugergrænseflader (2 timer)

Birger Larsen

Denne lektion introducerer til grundprincipper for design af brugergrænseflader. Det er målet at alle grupper i efterfølgende udarbejder minimum ét forslag til en brugergrænseflade for det IKT-design som gruppen arbejder med ud fra gruppens konceptuelle model og scenarie (forrige kursusgange) og udvalgte principper i kursislitteraturen læst til denne kursusgang.

### Litteratur

Reference	Primær	Sekundær	Upload
Norman, D.A. (1986): Cognitive Engineering. I: Norman & Draper, <i>User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction</i> . CRC Press, s. 31-61.			

---

Tidwell, J. (2010). *Designing Interfaces – Patterns for Effective Interaction Design*, 2nd edition. Sebastopol, CA: O'Reilley, xxv, 577 60 s.

s. **Kapitel 4.**

---

Tidwell, J. (2010). *Designing Interfaces – Patterns for Effective Interaction Design*, 2nd edition. Sebastopol, CA: O'Reilley, xxv, 577 332 s.

s. **Kapitel 5-11.**

---

55 s.

## Lektion 4: Teknologi i praksis i organisatorisk sammenhæng

Anne Hatting

### Litteratur

Reference	Primær	Sekundær	Upload
Huniche, L. & Olesen, F. (2014): <i>Teknologi i sundhedspraksis</i> . København: Munksgaard, 352 s. <b>Kapitel 1, 8 og 14.</b>			
Ingold, T. (2011): <i>Being Alive - Essays on movement, knowledge and description</i> . London: Routledge, 270 s. <b>Kapitel 1 og 2.</b>			x
FMK materiale	31 s.	-	x

## Lektion 5: Teknologi som materialitet (4 timer) Anne Hatting

### Litteratur

Reference	Primær	Sekundær	Upload
Ingold, T. (2010): <i>Bringing Things to Life: Creative Entanglements in a World of Materials</i> . ESRC National Centre for Research Methods, <i>NCRM Working Paper Series 05/10</i> . Working Paper #15, 14 pages. [WWW link]	14 s.		
Damsholt, T. , Simonsen, D. G. (2009): <i>Materialiseringer - Processer, relationer og performativitet</i> . I: Damsholt, T. , Simonsen, D. G. & Mordhorst, C. (red). <i>Materialiseringer : nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse</i> . Århus : Aarhus Universitetsforlag, s. 9-38.	30 s.		x

---

Leonardi, P. L. (2011): When flexible routines meet flexible technologies : 21 s.  
affordance, constraint, and the imbrication of human and material  
agencies. *Management Information Systems : MIS Quarterly*, 35(1), s.

147-167. [AUB link]

---

Huniche, L. & Olesen, F. (2014): *Teknologi i sundhedspraksis*. 44 s.  
København: Munksgaard, 352 s. **Kapitel 4 og 6.**

---

## Lektion 6: Affordance (4 timer)

Anne Hatting

### Litteratur

	Primær	Sekundær	Upload
--	--------	----------	--------

---

Leonardi, P. M., Nardi, B. A. & Kallinikos, J. ( 2012). *Materiality and  
Organizing. Social Interaction in a Technological World*. Oxford: Oxford  
University Press, 355 s. **Kapitel 11 og 12.**

44 s.

x

Huniche, L. & Olesen, F. (2014): *Teknologi i  
sundhedspraksis*. København: Munksgaard, 352. **Kapitel  
5 og 9.**

## Lektion 7: Præsentation af projekter (poster session - 4 timer)

Anne Hatting og Birger Larsen

Undervisningen afsluttes med præsentation af de posters grupperne har udarbejdet. Præsentationerne foregår i Gæstekantinen og rotunden foran kantinen. Poster sessionen afsluttes med Best Poster Award. Umiddelbart efter poster sessionen frigives formuleringen af eksamensopgaven. I forlængelse heraf afholdes spørgetime, hvor der kan stilles opklarende spørgsmål til opgavens formulering.

### Eksamen (Prøve 9)

En intern skriftlig prøve i ”**Design og IKT med organisation som kontekst (Design and ICT in an organizational context)**” der tager udgangspunkt i et af en eller flere studerende udarbejdet it-design, der understøtter kommunikation i organisationer.

Sidetæl: Opgaven udarbejdes individuelt og må højst være på 8 sider.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen. Opgaven bedømmes af censor og eksaminator.

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

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS-point.

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.



# Undersøgelses -og analysemetoder (UAM)

**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.

# Studiefag: UAM (Undersøgelses- og Analysemetoder) (KDM\_BA\_CPH)

---

 [moodle.aau.dk/course/view.php](https://moodle.aau.dk/course/view.php)

## Emneoversigt

### UAM

**Undersøgelses- og analysemetoder (UAM)** giver en indføring i kvantitative og kvalitative forskningsparadigmer med henblik på at 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

UAM 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

## Litteratur

Grundbogen for UAM er

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*, 5th edition. Oxford: Oxford University Press.

Desuden er der i de senere år udgivet flere dansk-sprogede monografier om særlige metodiske discipliner, som med fordel kan supplere grundbogen:

- Eskjær, M. F., & Helles, R. (2015). *Kvantitativ Indholdsanalyse*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Halkier, B. (2008). *Fokusgrupper*. København: Forlaget Samfundslitteratur.
- Hansen, N.-H. M., Marckmann, B., & Nørregård-Nielsen, E. (2008). *Spørgeskemaer i virkeligheden*. København: Forlaget Samfundslitteratur.

- Madsen, B. S. (2012). *Statistik for ikke-statistikere* (2. ed.). København: Samfundslitteratur.
- Vejrup-Hansen (2012). *Statistik med Excel*. København: Forlaget Samfundslitteratur.

-

## **MODULKOORD**

## **INATOR**

- Mikkel Fugl Eskjær (mfe@hum.aau.dk)
- Toine Bogers (toine@hum.aau.dk)

## 1. Introduktion [MFE]

En introduktion til det kvantitative og kvalitative paradigme med udgangspunkt i videnskabshistoriske, erkendelsesteoretiske og metodiske forhold.

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). "Chapter 2: Social research strategies" + pp. 147-156, 163-169, 373-383, 392-405) In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	61		

## 2. Undersøgelserproces & undersøgelsesdesign [MFE]

En introduktion til det kvantitative og kvalitative paradigme med udgangspunkt i videnskabshistoriske, erkendelsesteoretiske og metodiske forhold (fortsat).

Gennemgang af de mest udbredte undersøgelses-designs (tværsnitstudier, longitudinelle studier, case studier, komparative studier og eksperimenter)

Gennemgang af de vigtigste faser i empiriske undersøgelser



Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). "Chapter 4: Planning a research project and formulating research questions" + pp. 6-13, 90-110, 672-680. In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	38		
Bryman, A. (2016). "Chapter 3: Research designs". In: <i>Social Research Methods</i> . New York, NY: Oxford University Press [30 sider]	30		

Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). <i>Research Methods in Human-Computer Interaction</i> , John Wiley & Sons Ltd., chap. 2 + 3	50		
---	----	--	--

### 3. Sampling/dataudvælgelse [MFE]

En gennemgang af metoder og principper til indsamling af data i forbindelse med empiriske undersøgelser. Lektionen gennemgår hhv. sandsynlighedsbaseret og formålsbaseret dataudvælgelse [sampling]

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). "Chapter 8: Sampling in quantitative research". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	25		
Bryman, A. (2016). "Chapter 18: Sampling in qualitative research". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	13		
Seale, C. (2012). <i>Researching society and culture</i> . London: Sage, p. 144-151	8		√

 5. Samplingsstrategier Fil 

### 4. Kvalitative vs. kvantitative metoder [MFE]

En gennemgang af kvalitative undersøgelsesmetoder med særlig vægt på observationsstudier  
 En gennemgang af kvantitative undersøgelsesmetoder med særlig vægt på kvantitativ indholdsanalyse

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). "Chapter 13: Content analysis". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	20		
Bryman, A. (2016). "Chapter 19: Ethnography and participant observation". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	40		
Eskjær, M., & Helles, R. (2015). Kap. 1 + Kap. 2 In: <i>Kvantitativ Indholdsanalyse</i> . Frederiksberg: Samfundslitteratur		20	

## 5. Vurdering af forskningskvalitet + Mixed methods [MFE]

Lektionen gennemgår kvalitetskriterierne for den gode empiriske undersøgelse (reliabilitet/validitet) og diskuterer deres relevans indenfor hhv. det kvantitative og kvalitative paradigme

Derudover behandles principperne bag mixed methods, samt de videnskabsteoretiske implikationer af at kombinere metoder indenfor det kvantitative og kvalitative paradigme

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). <i>Social Research Methods</i> (5th ed., p. 156-163, 383-392), New York, NY: Oxford University Press	16		
Bryman, A. (2016). "Chapter 26: Breaking down the quantitative/qualitative divide". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	12		
Bryman, A. (2016). "Chapter 27: Mixed methods research: combining quantitative and qualitative research". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	23		

## 6. Dataindsamling: Spørgeskemaer [TB]

In this lecture we will focus on how to design and deploy (online) questionnaires. Teaching will consist of a combination of flipped classroom teaching (with class time used for Q&A and discussion) and a group exercise on questionnaire design and deployment.

### Preparation

Please read the homework guide to find out how you should prepare for this lecture.

#### Required reading



- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford University Press, chap. 10 + 11
- Goodman, E., Kuniavsky, M., & Moed, A. (2012). Surveys. In *Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research* (2nd ed., pp. 327–384).

When reading these texts, the focus is on (1) reflecting on the kinds of research situations where questionnaires are a relevant and beneficial method to use, and (2) formulating clear and focused questions with complete and sensible answer options. Both texts contain plenty of tips on which problems and pitfalls to avoid.



#### Supplementary reading


While we will not discuss the following articles in class (so you are not required to read them!), these articles could be relevant when discussing the pros and cons of using online questionnaires (both in your project report(s) and for your UAM exam):

- Barratt, M. J., Ferris, J. A., & Lenton, S. (2015). Hidden Populations, Online Purposive Sampling, and External Validity Taking off the Blindfold. *Field Methods*, 27(1), 3–21 [link]
- Bhutta, C. B. (2012). Not by the Book: Facebook as a Sampling Frame. *Sociological Methods & Research*, 41(1), 57–88. [link]
- Couper, M. P. (2000). Web Surveys: A Review of Issues and Approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464–494. [link]
- Fan, W., & Yan, Z. (2010). Factors Affecting Response Rates of the Web Survey: A Systematic Review. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 132–139. [link]
- Fricker, R. D., & Schonlau, M. (2002). Advantages and Disadvantages of Internet Research Surveys: Evidence from the Literature. *Field Methods*, 14(4), 347–367. [link]
- Galesic, M., & Bosnjak, M. (2009). Effects of Questionnaire Length on Participation and Indicators of Response Quality in a Web Survey. *Public Opinion Quarterly*, 73(2), 349–360. [link]
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10(3), 00–00. [link]

 Homework for lecture 7 ('Questionnaires') Fil 

 Related work on motivations for social networking use

 Slides ('Questionnaires') Fil 

 Pilot questionnaire Fil 

## 7. Data-analyse: Diskursanalyse (del 1) [AJJA]

Diskursanalyse dækker over en bred vifte af forskellige tilgange, der bygger på varierende optikker afhængig af deres teoretiske og filosofiske inspirationskilder. Kursusgangen introducerer til diskursbegrebet og det diskursanalytiske felt. Formålet er at skabe et overblik over forskellige diskursanalytiske tilgange og at skitsere forskelle og ligheder. Vi zoomer særligt ind på udvalgte tilgange, der retter sig mod diskursanalyse i organisatoriske sammenhænge. Vi sætter bl.a. fokus på Foucaults diskursbegreb.

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig.
Bryman, A. (2016). "Chapter 22: Language in qualitative research". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press	31		
Foucault, M. (1978 [1976]): Vi viktorianere. In <i>Seksualitetens historie 1. Viljen til viden</i> . Rhodos (s. 7-22).	15		x
Jørgensen, M. W. & Philips, L. (1999). Diskursteori. In <i>Diskursanalyse</i> . Samfundslitteratur. Roskilde Universitetsforlag. (s. 34-53)	19		x



Dennis K. Mumby & Jennifer Mease (2011): "Organizational Discourse" i <i>Discourse Studies</i> , 2nd Edition, ed. Teun A. Van Dijk. (s. 283-302 af 414).	19		x
Ialt	84		

## 8. Data-analyse: Diskursanalyse (del 2) [AJJA]

På denne kursusgang sætter vi fokus på en central retning indenfor det organisatoriske diskursanalytiske felt, nemlig den kritiske diskursanalyse med begreber og analyseredskaber fra Norman Fairclough og Teun A.

Van Dijk. Vi skal især have fokus på den analytiske kobling fra det tekstuelle niveau til det sociale praksisniveau og forholdet mellem den globale og lokale analyse. Vi skal også kaste et kritisk lys på diskursanalysen og dens forhåndsantagelser. Case-tekst til analyseøvelse uploades.

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Paltridge, B. (2011): "Doing discourse analysis?" i <i>Discourse Analysis</i> . Continuum, London/N.Y." (s. 199-213 af 244).	14		x
Fairclough, N. (1992): "A Theory of Critical Discourse Analysis" i <i>Discourse and Social Change</i> . Cambridge: Polity Press. (s. 62-100 af 261 sider).	38		x
Dijk, T.A. van: "Critical discourse analysis" i <i>The Handbook of Discourse Analysis</i> . Eds. Schiffrin, Tannen & Hamilton. Blackwell, Malden/Oxford. (s. 398-415 af 851)	17		x
Fairclough, N. (1992): "Discourse and Text: Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis". <i>Discourse Society</i> 1992 3: 193. Hentes på: <a href="http://das.sagepub.com/content/3/2/193">http://das.sagepub.com/content/3/2/193</a>	24		Link



## 9. Data-indsamling: Interviews [CD]

### Dataindsamling: Interviews [CD]

Lektionen tager fat på sammenhængen mellem en undersøgelses formål og det kvalitative interviews muligheder for at belyse den problemstilling, der ønskes belyst. Vi sætter fokus på interviewets forberedelse, struktur og udførelse.

	Pensum sideanta l	Supplerend e sideantal	Dig. uploa d
Bryman, A. (2016). "Chapter 20: Interviewing in qualitative research". In: <i>Social Research Methods</i> (5th ed., pp. 465-490), New York, NY: Oxford University Press	38		
Kjærbeck, S. (2014). "Kvalitative interviews. Om at få indblik i målgruppers holdninger, erfaringer og adfærd" i Helle Petersen (red.) <i>Organisationskommunikation. Teori og cases om tekst og tale</i> . Frederiksberg: Samfundslitteratur. Kap. 5.	25		X
@ Storsul, T. (2014). "Deliberation or Self-Presentation", <i>Nordicom Review</i> 35, 2: 17-28. Case	12		
Halkier, B. (2010) Fokusgrupper. I Brinkmann, S. & Tanggaard L. (red.) <i>Kvalitative Metoder – en Grundbog</i> , Reitzel, København, Kap. 5, s. 121-135	14		

## 10. Data-bearbejdning og analyse del 1: Interviews [CD]



### Data-analyse: Interviews (del 1) [CD]

Nu skal vi prøve kræfter med at analysere interviewmateriale, som ofte er stort og opleves som uordentligt eller ligefrem genstridigt. Vi ser nærmere på en induktiv tilgang til data analyse – betegnet "kodning" – hvorved vi prøver 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.

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Bryman, A. (2016). "Chapter 24: Qualitative data analysis". In: Social Research Methods (5th ed., pp. 569-598), New York, NY: Oxford University Press	45		
Et interview-eksempel (lægges på Moodle)	10		

## 11. Data-analyse og fremstilling: Interviews del 2 [CD]

### Data-analyse og fremstilling: Interviews (del 2) [CD]

I denne lektion præsenterer I uddrag af jeres analyser af interview-eksemplet fra tidligere lektion, 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 videnskabssteoretisk i forbindelse med tilrettelæggelse af kvalitative interviews.

Litteratur:	Pensum sideantal	Supplerende sideantal	Dig. upload
Silverman, D. (2006) Interpreting Qualitative Data: Methods for Analyzing Talk, Text, and Interaction (3rd ed., pp. 117-132). London: Sage.	24		X

Bryman, A. (2016). "Chapter 22: Language in qualitative research". In: *Social Research Methods* (5th ed., pp. 525-530), New York, NY: Oxford University Press. 6

---

Brinkmann, S. & Tanggaard L. (red.) (2010). *Kvalitative Metoder – en Grundbog*, Reitzel, København. 16  
Introduktion, pp. 17-21 samt kap. 23: Kvalitet i Kvalitative Studier, pp. 489- 499.

---

Booth, A., Hannes, K., Harden, A., Noyes, J., Harris, J. & Tong, A. (2014). COREQ (Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Studies). In David Moher, Douglas G. Altman, Kenneth F. Schulz, Iveta Simera and Elizabeth Wager (eds.) *Guidelines for Reporting Health Research: A User's Manual*, Kapitel 21. Oxford: Wiley Blackwell. 13

## 12. Data-analyse: Deskriptiv statistik [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.

### Preparation

To prepare for the this lecture (in addition to doing the assigned reading), I'd like you to do the following things:

1. One of the topics of this Friday's lecture is levels of measurement, i.e., the different ways we have of measuring things. I will not discuss this in class. Instead I have prepared a lecture video for you to watch and a quiz to test your knowledge. You can find both the video, the slides they're based on, and the quiz under this lecture. Make sure you watch this before class, because I will start using concepts like 'ratio' and 'ordinal' levels of measurement in the lectures and the lab sessions with explaining them again.
2. We will be using SPSS in the coming lab sessions, which is a program for statistical analysis. Please install it on your laptops and make sure it works **before** you come to class! You can download SPSS from the AAU ITS website here. Make sure you use the right license key to activate it (i.e., if you install

version 24, use that version's license key for the 'Base/Advanced' version). While I can try to help you in class if you had problems installing it, your best bet is to fix such problems before class by stopping by the IT department.

## Required reading

- Bryman, A. (2016). "Chapter 15: Quantitative data analysis". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [23 sider]
- Bryman, A. (2016). "Chapter 16: Using IBM SPSS Statistics". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [21 sider]

## Supplementary reading

- Hinton, P. R. (2014). "Chapter 2: Descriptive Statistics". In: *Statistics Explained* (4th ed.), New York, NY: Routledge [18 sider]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). "Chapter 4: ". In: *Research Methods in Human-Computer Interaction* (1st ed., pp. 70-74), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd. [5 page]



Slides ('Descriptive statistics') Fil



Slides ('Levels of measurement') Fil



UAM lecture video: 'Levels of measurement' URL



Literature



Chart selection guide Fil



Lab session ('Descriptive statistics')



Pilot testing feedback discussion forum



Quiz: 'Levels of measurement' Fil



Quiz: 'Levels of measurement' (answers) Fil

### 13. **Data-analyse: Inferentiel statistik (del 1) [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. In this first part we will focus mainly on probability distributions, what it means to do statistical testing, and on performing Student's t-tests. Teaching will consist of a combination of traditional lecturing and (group) exercises.

#### **Preparation**

Discuss the feedback we have received from the pilot testing phase (in the dedicated forum) and how we could/should update our questions. The deadline for this is Friday October 28 @ 23:59.

#### **Required reading**

- Bryman, A. (2016). "Chapter 15: Quantitative data analysis". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [23 sider]
- Bryman, A. (2016). "Chapter 16: Using IBM SPSS Statistics". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [21 sider]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). "Chapter 4: ". In: *Research Methods in Human-Computer Interaction* (1st ed.), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd. [30 pages]

### 14. **Data-analyse: Inferentiel statistik (del 2) [TB]**

This lecture continues our focus on inferential statistics, with the main focus being correlation, and the Chi-square test. Teaching will consist of a combination of traditional lecturing and (group) exercises.



AALBORG UNIVERSITET

Studienævnet for  
Kommunikation og Digitale Medier  
Efterår 2017

## Preparation

The next step in our questionnaire project is deploying the final version of the questionnaire, which can be found at the following URL:

<https://goo.gl/forms/2zgKAffcEHVizwaP2>

Please all distribute our questionnaire link before Monday October 31 @ 11:30 and then again (as a reminder) on Friday November 11.

## Required reading

- Bryman, A. (2016). "Chapter 15: Quantitative data analysis". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [23 sider]
- Bryman, A. (2016). "Chapter 16: Using IBM SPSS Statistics". In: *Social Research Methods* (5th ed.), New York, NY: Oxford University Press [21 sider]
- Lazar, J., Feng, J.H., and Hochheiser, H. (2010). "Chapter 4: ". In: *Research Methods in Human- Computer Interaction* (1st ed.), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd. [30 pages]

## 15. Spørgetime [AJJA / MFE/ 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 indenfor 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.