

Programbeskrivelse (studieplan)

Master i strategisk kommunikasjon

120 studiepoeng

2020-2022

Studiet er akkreditert av NOKUT: 00.00.00
Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 00.00.00

Innhold

1. Innledning	3
1.1 Formelle krav	4
2. Læringsutbytte	5
3. Studiets struktur og faglig progresjon	7
3.1 Programmet	7
3.2 Emner	8
3.3 Masteroppgave	10
4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	11
4.1 Ordninger for internasjonalisering	11
4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	11
5. Undervisnings- og vurderingsformer	12
5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	12
5.2 Eksamens- og vurderingsformer.....	13

1. Innledning

Master i strategisk kommunikasjon skal gi studentene kompetanse til å bruke fagfeltets teori og metoder til kritisk analyse av målrettet og strategisk kommunikasjon. Strategisk kommunikasjon er en utpreget tverrfaglig disiplin som søker inspirasjon fra ulike fagretninger som organisasjonskommunikasjon, internkommunikasjon, ledelseskommunikasjon, politisk kommunikasjon, PR og markedsføring, men strategisk kommunikasjon er paraplyterm som samler ulike teoritradisjoner under samme paraply. I begrepet strategisk forstår vi den målrettede kommunikasjonen utført av en virksomhet for å oppnå sine mål, og virksomheter kan være organisasjoner, private bedrifter, offentlige institusjoner og andre aktører. I begrepet kommunikasjon forstår vi evnen til å *overføre eller utveksle informasjon eller kunnskap mellom mennesker i form av tekst, symbol, bilder, lyd eller lignende*. Den utpregede tverrfagligheten gjør det mulig å studere organisasjoners kommunikasjon med et strategisk perspektiv. Tverrfaglighet innebærer hvordan strategisk kommunikasjon først vokser frem som eget fagfelt og deretter blir tatt i bruk på andre samfunnsområder. Som *anvendt* fagfelt blir strategisk kommunikasjon da også et *verktøy* for andre fag og profesjoner.

Veksten og posisjonen for kommunikasjon som fagfelt har vært en vesentlig del av samfunnsutviklingen de siste 20 årene. Dette er sammenvevet med andre samfunnstrender som blant annet digitalisering og globalisering. Antallet som *jobber* med kommunikasjon, har økt sterkt. Bare siden tidlig 2000-tall har antall medlemmer i Kommunikasjonsforeningen fordoblet seg, for å nevne et eksempel. Strategisk kommunikasjon har vokst frem som en etterspurt kompetanse og er, for eksempel, blitt en selvsagt *profesjon* å inkludere i ledergrupper. Denne veksten og profesjonaliseringen skjer både i privat sektor, i det offentlige og i sivilsamfunnet. Også på samfunnets *mikronivå*, hos individet, er endringene merkbare i hvordan digitaliseringen nå involverer alle i mediert kommunikasjonspraksis. På samfunnets *makronivå* og som fenomener vises endringene i kommunikasjonsfeltet gjennom utøvelse av makt og endrede maktstrukturer, nye trender og utfordringer for demokratiet, prosesser som endrer verdier og holdninger, og i hurtigheten informasjon spres med påfølgende effekter.

Master i strategisk kommunikasjon skal sette studentene i stand til å møte et medie- og kommunikasjonslandskap i hurtig endring. Digitalisering, nye medievaner og hurtige samfunnsendringer endrer betingelsene for utøvelsen av kommunikasjonsfaget. Disse endrede betingelsene skaper også nye etiske utfordringer innen fagfeltet strategisk kommunikasjon, blant annet relatert til de digitale fotsporene vi etterlater, store mengder persondata og muligheter for manipulasjon av informasjon. Flere av kursene i denne masteren vil adressere etisk utøvelse av strategisk kommunikasjon.

Masteren gir studentene eksponering for et tverrfaglig perspektiv på strategisk kommunikasjon. Mastergraden kombinerer sentrale teoretiske og metodiske perspektiver med bransjenære problemstillinger for å kunne koble læring og næring tett sammen. Det inkluderer fortolkningsperspektiver på strategisk kommunikasjon fra fagfelter som strategisk sosiologi (institusjoner, nettverk og makt), medie- og kommunikasjon, organisasjon- og ledelsesstudier. For å ytterligere synliggjøre de tverrfaglige teoretiske perspektivenes roller i strategisk kommunikasjon, vil studentene i en rekke obligatoriske innleveringsoppgaver trenes i å anvende metoder for innsikt og teoretisk kunnskap for å løse praktiske problemstillinger innen strategisk kommunikasjon. Det vil tilstrebes at flere av disse innleveringsoppgavene skal omhandle reelle og dagsaktuelle problemstillinger fra bedrifter og offentlige etater. Gjennom øvelser i skrivning og presentasjon (særlig i emnene Fortellinger i en digital tid og Research Design in Strategic Communication) og analyse av data (særlig i emnene Digital Communication Analysis, Advanced

Perspectives in Digital Communication Analysis og Kvalitativ metode), får studentene praktisk erfaring med å produsere tekster og granske data relatert til strategisk kommunikasjon. Målet er at studentene skal kunne se sammenhengen mellom tverrfaglig teori og praksis, og på denne måten gi kompetanse til å øke kvaliteten på strategiutvikling og den daglige operative strategisk kommunikasjon.

Det er også en målsetting at studentenes evne til kritisk refleksjon og analyse av strategisk kommunikasjon styrkes. En ekstra vektlegging av metoder og analyser for å fremskaffe relevant innsikt skal gi studentene grundig innføring i vitenskapsteori, kvalitative og kvantitative metoder og analyser, samt nyere digitale fremgangsmåter for å innsamle og analysere data fra digitale og sosiale medier.

Emnene i strategisk kommunikasjon er lagt til rette for å bli undervist på norsk eller engelsk, avhengig av forelesers bakgrunn og eventuelt deltakelse fra internasjonale studenter. Dette er reflektert i emnebeskrivelsene, som er skrevet på norsk eller engelsk. Studentene kan velge om de vil levere inn eksamensbesvarelse på norsk eller engelsk.

Masteren i strategisk kommunikasjon er basert på fire grunnleggende prinsipper som vil medføre at den både er attraktiv i markedet men også danner grunnlag for videre forskningsutdanning, og disse kan kort oppsummeres slik:

- **Tverrfaglig:** Masteren i strategisk kommunikasjon bygger på et tverrfaglig fagfelt bestående av kommunikasjon – og strategistudier, organisasjon – og ledelsesstudier og digitale studier
- **Digital:** Masteren i strategisk kommunikasjon har et grunnleggende digitalt fokus (men ikke utelukkende) for ulike typer målrettet og strategisk digital kommunikasjon, både når det gjelder planlegging, utøvelse og kritisk og systematisk analyse.
- **Praktisk, problembasert læring:** Undervisningen er knyttet til aktuelle problemstillinger i fagfeltet, både gjennom problembasert læring og via tett kontakt med bransjeråd og praksisfeltet.
- **Forskningsfronten:** Undervisningen er forskningsbasert, og undervisningen følger og utfordrer den aktuelle forskningsfronten på feltet.

1.1 Formelle krav

Opptaksgrunnlaget vil være en fullført og bestått grunnutdanning på 180 studiepoeng med en fordypning på minimum 80 studiepoeng innenfor et av disse to emneområdene:

- kommunikasjon eller media
- økonomi og administrasjon

For begge grupper gjelder at minst 15 studiepoeng skal være innen metodefag.

Karakterkrav: Minimum gjennomsnittskarakter på C, der A=5, B=4, C=3, D=2, E=1.

Dersom det er flere kvalifiserte søkere enn antall plasser, skal søkerne rangeres etter karakterer fra grunnutdanningen.

Søkere fra de to emneområdene vil vurderes likestilt ved opptak.

Dersom søkere har flere rangeringsgrunnlag, skal poengberegningen som gir høyest rangering benyttes. Søkere med høy poengsum rangeres foran søkere med lav poengsum. Kvalifiserte søkere

som ikke kan poengberegnes, rangeres i forhold til poengberegnete søkere ved hjelp av en individuell skjønnsmessig vurdering. For å få tilbud om opptak kreves det likeverdige kunnskaper og ferdigheter med søkere som får tilbud om opptak etter rangering på grunnlag av poengberegning. Ved poenglikhet skal det først vurderes om det er mulig å ta opp alle med lik poengsum. Deretter rangeres søkerne etter loddtrekning.

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høgskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

Kunnskap

Kandidaten ...

- K1 har inngående kunnskap om de fremtredende teoriene, metodene, teknikkene for dataanalyse og de etiske utfordringene innenfor fagområdet strategisk kommunikasjon med tilhørende forskningsfelt.
- K2 har inngående kunnskap om og et bredt tverrfaglig perspektiv på strategiske kommunikasjonsprosesser for offentlige, private, og ideelle virksomheter.
- K3 har avansert kunnskap om kommunikasjonsstrategier og tiltak i ulike kanaler, medium, flater og formater som bidrar til at virksomheter realiserer sine mål.
- K4 har avansert kunnskap om innsamling av data og analyse av strategisk kommunikasjon på digitale flater og plattformer.
- K5 har inngående kunnskap om kommunikasjonsfaglige utfordringer og problemstillinger både i nasjonal og internasjonal kontekst.

Ferdigheter

Kandidaten ...

- F1 kan analysere og forholde seg kritisk til faglige problemstillinger med utgangspunkt i strategisk kommunikasjons teorier og metoder i skjæringsfeltet mellom journalistikk, informasjon og teknologi på den ene siden og strategi, ledelse og markedsføring på den andre siden.
- F2 kan ta strategiske kommunikasjonsbeslutninger i bedrift, offentlig etat eller organisasjon basert på kritisk vurdering av ulike informasjonskilder.
- F3 kan identifisere, analysere og bidra til produksjon av hensiktsmessig strategisk kommunikasjon i ulike situasjoner, kanaler og formater for virksomheter.
- F4 kan anvende og analysere ulike teoretiske perspektiver på brukere, teknologier, samfunnsutvikling for å vurdere effekten av en virksomhets strategiske kommunikasjon.

- F5 kan utføre avanserte innsamlinger og analyser av digitale data ved hjelp av kvantitative og kvalitative metoder på en selvstendig måte.
- F6 kan utvikle, designe og gjennomføre et selvstendig teoretisk eller praktisk faglig master-prosjekt innen strategisk kommunikasjon under veiledning og i tråd med forskningsetiske retningslinjer.

Generell kompetanse

Kandidaten ...

- GK1 kan kritisk evaluere relevante praktiske og teoretiske perspektiver innen strategisk kommunikasjon og deres metodiske og etiske utfordringer.
- GK2 kan anvende egen kunnskap til å sette seg inn i og forstå nye områder og oppgaver knyttet til strategisk kommunikasjon.
- GK3 evner å anvende avansert teoretisk kunnskap for å løse strategiske problemstillinger av tverrfaglig natur.
- GK4 evner å analysere, tolke og formidle funn som er basert på egen og andres innsikt, nytenkning, og kritisk vurdering av informasjonskilder.
- GK5 behersker kommunikasjonsfagets begreper og uttryksmåter for å analysere, tolke og formidle faglige funn og innsikter skriftlig og muntlig, både til spesialister og til allmennheten, samt bidra til nytenking og initiativ til innovasjonsprosesser innen strategisk kommunikasjon.

3. Studiets struktur og faglig progresjon

3.1 Programmet

Master i strategisk kommunikasjon er et toårig studium som totalt teller 120 studiepoeng. Studiet gjennomføres over fire semestre. Studiet er strukturert med fire emner à 7,5 studiepoeng per semester (bortsett fra 4. semester med masteroppgave). Studiet består av åtte emner, samt mulighet for utveksling eller valgemner. De tre semestrene er lagt opp for å sikre en naturlig progresjon med hovedvekt på strategi, strategisk kommunikasjon og praktisk kommunikasjon, samt metode og forskningsdesign de to første semestrene.

Tabell 1. Emnematrise

1. semester (høst)	Kvalitative metoder og vitenskapsteori (Qualitative Methods and Philosophy of Science) 7,5 studiepoeng fellesemne	Strategisk analyse (Strategic Analysis) 7,5 studiepoeng fellesemne	Introduction to Strategic Communication (Introduksjon til teorier i strategisk kommunikasjon) 7,5 studiepoeng programemne	Fortellinger i en digital tid (Telling Stories in Digital Media) 7,5 studiepoeng programemne
2. semester (vår)	Kvantitative metoder (Quantitative Methods) 7,5 studiepoeng fellesemne	Digital Communication Analysis (Analyse av digital kommunikasjon) 7,5 studiepoeng programemne	Contemporary Issues in Digital Strategic Communication (Aktuelle temaer i digital strategisk kommunikasjon) 7,5 studiepoeng programemne	Research Design in Strategic Communication (Forskningsdesign i strategisk kommunikasjon) 7,5 studiepoeng programemne
3. semester (høst) Alternativ 1	Valgemne 7,5 studiepoeng	Valgemne 7,5 studiepoeng	Valgemne 7,5 studiepoeng	Valgemne 7,5 studiepoeng
3. semester (høst) Alternativ 2	Utveksling 30 studiepoeng			
4. semester (vår)	Masteroppgave 30 studiepoeng programemne			

Progresjonen i studietilbudet viser at emnene i begynnelsen legger vekt på grunnleggende kompetanse og ferdigheter, inkludert profesjonstilhørighet, mens studentene etter hvert gradvis kan velge mer avansert spesialisering. Dette skjer parallelt med at de gradvis vil bli mer og mer involvert med arbeidslivet. Dette kan til slutt toppes med et masterprosjekt der de undersøker en problemstilling i og for en virksomhet. Angående progresjon er det også lagt opp til at emnene i metode i første og andre semester kan sees i sammenheng. Det samme gjelder teoriemnene i første og andre semester med

navnene Introduction to Strategic Communication og Contemporary Issues in Digital Strategic Communication.

Første semester er utformet som starten på det som skal bygge fellesskap, både faglig og pedagogisk, og som skal peke frem mot det nivået studentene skal erverve frem til ferdig masterprosjekt. Studentene har kommet inn i studiet med ulike typer bachelorutdanninger og skal utvikle et felles faglig ståsted. To av emnene er dessuten fellesemner.

Andre semester har fellestrekk med første semester, blant annet med den tydelige kombinasjonen av metode, teori og praksis. Dette skal opprettholde en variert studiehverdag.

Tredje semester blir ganske annerledes enn de to foregående. Her starter for alvor skreddersømmen der studentene kan forme studiet etter egne behov og strategiske valg. Det vil tilbys to alternativer. Det ene er utveksling med studier i utlandet. Det andre er å sette sammen fire valgemner som til sammen gir den ønskede personlige spesialiseringen.

Fjerde semester blir fullt og helt viet til studentens masterprosjekt. Dette kan utføres både individuelt eller som gruppearbeid med to eller tre studenter.

3.2 Emner

Tabell 2. Emner

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
Kvalitative metoder og vitenskapsteori	7,5 stp.	Emnet gir innføring i mer avanserte kvalitative metoder, på det nivået det forventes at masterstudenter kan anvende dette. Siden det er et fellesemne, vil metodebruken favne bredt innen de samfunnsvitenskapelige disipliner.
Strategisk analyse	7,5 stp.	Dette er også et slikt fellesemne som favner bredt for flere masterprogram innen samfunnsvitenskapelige disipliner. Senere kommer ulike emner hvor man fordyper seg i strategi eller i strategiske temaer innenfor sitt spesifikke fagfelt. I dette emnet etableres et felles faglig fundament som masterstudentene kan bygge videre på, som også hensyntar at de har ulike bachelorbakgrunner hvor det kan være store ulikheter i forkunnskaper på dette feltet. Siden studentene i alle programmene utdannes med sikte på arbeidslivet vil strategiperspektivet her være avgrenset til organisasjoner slik de er i næringslivet, i offentlig sektor, sivilsamfunnet og tilhørende samfunnsområder. Her vil studentene få øvelse i å gjennomføre strategisk analyser og beslutninger basert på kritisk vurdering av ulike informasjonskilder relatert til en relevant bedrift, offentlige etater eller organisasjon.
Introduction to Strategic Communication	7,5 stp.	Dette emnet vil gi studentene oversikt over de sentrale teoriene på feltet. Som emne i første semester passer det godt å gjøre <u>profesjonstilhørigheten</u> tydelig her – hva slags arbeidsfellesskap og profesjonspraksis hører jeg til på dette feltet? Dette gjør også <u>etikk</u> til en vesentlig del i dette emnet, både relatert til teoriene og til yrkesetikken på fagfeltet og diskursen om denne.
Fortellinger i en digital tid	7,5 stp.	Dette emnet skal i stor grad innfri kravet om praktiske ferdigheter som er etterspurt i det aktuelle arbeidsmarkedet. Det vil ha to tydelige komponenter. Det vil gi studentene opplæring og øvelse i å bruke verktøy for digital formidling, både med tekster, bilder, video og andre aktuelle kommunikasjonsformer. For en masterstudent med denne utdanningen vil

		det være forventet at de både kan utøve noe av dette i praksis og at de har nok erfaring til å samarbeide om mer avanserte løsninger med spesialister. Det skal de øves opp i. Den andre komponenten er kravet om å kunne formidle med godt språk og gode formuleringsevne, helt uavhengig av trender eller formater. Gode ferdigheter i språk og historiefortelling har vært viktig så lenge vi har hatt siviliserte samfunn og vil være en kjernekompetanse for medarbeidere innen strategisk kommunikasjon.
Kvantitative metoder	7,5 stp.	Emnet vil henge sammen med <i>Kvalitative metoder og vitenskapsteori</i> i forrige semester. Innen samfunnsvitenskapen trenger studentene å mestre både kvalitative og kvantitative metoder. Her vil man også måtte ivareta hensynet til at studentene i disse masterprogrammene kommer fra bachelorstudier med ganske ulike bakgrunner, men hvor alle skal opp på det nivået som er nødvendig for sitt masterprosjekt.
Contemporary Issues in Strategic Communication	7,5 stp.	Emnet vil være relatert til og bygge videre på det teoretiske introduksjonsemnet <i>Introduction to Strategic Communication</i> i første semester. Her på andre semester vil studentene lære om forskningsfronten og de mest aktuelle forskningsbidragene på feltet, blant annet relatert til konsepter og begreper som filterbobler, algoritmer, medialogikker, plattform-makt, influensere, manipulerende teknologikk og etikk. Ferdigheter i kritiske refleksjoner og avanserte diskusjoner om dagens etiske utfordringer i lys av denne utviklingen vil være sentralt i læringsutbyttet. Utvikling av kritisk selvforståelse av egen profesjon og praksis vil høre med til profesjonsutviklingen her.
Digital Communication Analysis	7,5 stp.	Emnet vil være et praktisk emne som også gir studentene i strategisk kommunikasjon et spisset og avansert verktøy i metode som er spesielt tilpasset deres behov. Digitale medier utnyttes også til omfattende datahøsting, og analyser av slike data omsettes i strategier for markedsføring, publisering og annen kommunikasjon. Studentene i dette programmet trenger å lære ferdigheter på dette feltet samtidig som de også skal få kompetanse i både etiske og juridiske utfordringer og rammeverk for slik databruk. GDPR er eksempel på hva studenter i dette emnet skal erverve god innsikt i.
Research Design in Strategic Communication	7,5 stp.	Emnet har tre tydelige hensikter: 1) Gi helhetsoversikt og knytte sammen det studentene så langt har fra alle øvrige emner og tidligere studier. 2) Presentere de aktuelle temaene i forskningsfronten: hva det forskes på nå, hva som utfordrer eksisterende forskning. 3) Bruke aktuelle saker i tiden som case for å sette disse i et perspektiv med strategisk kommunikasjon, slikt som klimakrisen, kriger og flyktningestrømmer, eller også bombenger. Med disse tre perspektivene skal studentene få øvelse i å lage sin egen problemstilling i strategisk kommunikasjon. De oppmuntres til å bruke dette emnet som forprosjekt til masterprosjektet neste år, fordi så store arbeider trenger modningstid. Slik kan de komme tidlig i gang. Med god planlegging kan studentene også bygge seg en tydelig rød tråd og profil fra dette emnet, gjennom valgmenene (eller utveksling) og til den spesialiseringen masterprosjektet gir.
Valgemne: Advanced Perspectives on Digital Communication Analysis	7,5 stp.	Dette emnet vil gå i dybden og bygge videre på emnene i andre semester, <i>Digital Communication Analysis</i> samt på <i>Kvantitative metoder</i> – eller tilsvarende kompetanse. Her vil studentene lære seg de verktøyene som er state-of-the art når det gjelder digitale analyser. Dette vil både være relevant for de som aspirerer til å forske videre og de som skal utføre digitale analyser i arbeidslivet. Emnet vil også inneholde komponenter med etikk og kritisk selvrefleksjon.
Valgemne:	7,5 stp.	Emnet viser hvordan innovasjon kan organiseres i prosjektarbeid. Dette relateres til strategisk kommunikasjon. Studentene skal lære å utvikle og

Innovasjon og kreativ prosjektutvikling		planlegge et slik utviklingsprosjekt. Strategisk kommunikasjon foregår gjerne i kreative omgivelser, noe som gjør at tradisjonell prosjektstyring må tilpasses en slik noe mer uforutsigbar virkelighet. Emnet vil være tilrettelagt for tverrfaglige bidrag.
Andre valgemner		I tillegg vil det tilbys flere valgemner fra andre institutter.

3.3 Masteroppgave

Tabell 3. Masteroppgave

Emne 30 stp.	Beskrivelse
Masteroppgave	Masteroppgaven skal gi studentene ferdigheter og generell kompetanse for å kunne løse komplekse problemstillinger i strategisk kommunikasjon og kunnskap om hvilke prosesser og teknikker man må benytte for å kunne kaste lys over slike problemstillinger. Det er et mål at studentene i masteroppgaven setter sammen kunnskap og ferdigheter fra de foregående emnene i masterprogrammet i et avsluttende selvstendig arbeid med en relevant problemstilling. I prosessen med masteroppgaven skal studentene tilegne seg kunnskaper om hvordan strategisk kommunikasjon blir utviklet og få forståelse av hvordan forskning på strategisk kommunikasjon foregår. Studentene skal utvikle ferdigheter om hvordan man utvikler problemstillinger knyttet til fagfeltet og hvordan man metodisk og analytisk går frem for å svare på denne problemstillingen. Studentene skal være i stand til selv å gjennomføre, analysere og konkludere på egen datainnsamling.

4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Med henvisning til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt 7 og 8) har studiet ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart.

Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

4.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

På Master i strategisk kommunikasjon er det utstrakt brukt av internasjonal litteratur, både lærebøker og artikler fra internasjonale forskningstidsskrifter, og enkelte internasjonale gjesteforelesere. For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

For Master i strategisk kommunikasjon tilrettelegges det for utveksling 3. semester.

For studentene i strategisk kommunikasjon har høyskolen i dag utvekslingsavtale på masternivå med Lunds universitet i Sverige. Faglig sett er det Lunds universitet som er helt i front for fagmiljøet for strategisk kommunikasjon i Norden og Europa. Det nordiske perspektivet er også relevant siden strategisk kommunikasjon er ulikt rundt i verden. Et nordisk preg er offentlig sektors rolle på feltet. For eksempel er halvparten av medlemmene i Kommunikasjonsforeningen ansatt i det offentlige. Kontrasten er USA der strategisk kommunikasjon er en *corporate practice* – noe bare næringslivet driver med, med profitt som mål. Når strategisk kommunikasjon forankres i den nordiske modellen vil faget i vår del av verden operere i et *korporativt* samfunnssystem, et samfunn der næringsliv, det offentlige og sivilsamfunnet er sterkt knyttet sammen.

Andre muligheter for utveksling for studenter ved Høgskolen Kristiania kan også utnyttes. Høgskolen har følgende mobilitetsprogram med ordninger for internasjonal studentutveksling:

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa
- «Study Abroad», for studenter i og utenfor Europa

Høgskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og faglig relevans sikres av studietilbudets fagmiljø. Utvekslingsemner fra partnere godkjennes av faglige studieledere, for innpass i studiet, med omfang tilsvarende 30 studiepoeng. Informasjon om mulige utvekslingsopphold, for det aktuelle studietilbud og kull, publiseres på høyskolens web og læringsplattform.

For nominering til studentutveksling stilles krav til karakterer og motivasjonssøknad. For enkelte studier stilles krav til dokumentasjon av kreativt arbeid/porteføljer. Høyskolen Kristiania har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner.

Høyskolen Kristiania ønsker å ha få, aktive avtaler innenfor prioriterte fag- og forskningsområder. Internasjonalt Kontor er ansvarlig for tilrettelegging av utvekslingsordninger ved Høyskolen Kristiania. For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert. Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høyskolen Kristiania.

5. Undervisnings- og vurderingsformer

5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Høyskolen Kristianas studiemodell har en fleksibel form for gjennomføring av undervisning, der emnet legger føringer for pedagogisk tilrettelegging. Rammen for hvert emne på 7,5 studiepoeng er 36 timer, som igjen kan deles inn i ulike undervisningsformer. Emneansvarlig legger opp undervisning og vurderingsformer etter planlagt læringsutbytte.

Et viktig læringsutbytte er at studentene tilegner seg ferdigheter i å analysere eksisterende teorier og metoder innen fagområdet for å gjøre selvstendige arbeid med praktiske og teoretiske problemstillinger. Høyskolen legger derfor vekt på å oppøve studentenes evne til selvstendig refleksjon. Undervisningen har derfor til formål å kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form. På denne måten vil studentene trenes i å forholde seg kritisk til pensumlitteraturen. Undervisningen vil dermed danne deler av lærestoffet.

Undervisningen vil videre være basert på praktisk casestudier, oppgaveløsning, analyse, diskusjon og vurdering knyttet til de emnene det undervises i. For å gi studentene trening i å løse aktuelle problemstillinger knyttet til strategisk kommunikasjon, vil det være utstrakt bruk av casestudier fra ulike virksomheter både fra offentlig sektor og det private næringslivet. Her inngår også studentpresentasjoner der det måtte være hensiktsmessig. Dette bidrar til at studentene vil bli øvet i å kommunisere og legge frem løsningsforslag knyttet til faglige problemstillinger. Dette synliggjør samtidig teoriens anvendbarhet i de ulike emnene. Bruk av case vil også kunne illustrere virksomheters kompleksitet og de utfordringene ulike virksomheter står ovenfor.

For å fremme studentenes kompetanse til å analysere relevante fag-, yrkes- og forskningsetiske problemstillinger, vil det benyttes ulike digitale læremidler, slik som Canvas, SPSS, Tableau for å kommunisere og analysere data i emnene. I tillegg til høyskolens fagstab også bli benyttet undervisningsressurser fra næringsliv og andre forskningsmiljøer. Gjesteforelesere fra næringslivet vil benyttes for å illustrere og virkeliggjøre de ulike arbeidssituasjonene studentene må forventes å beherske, eller bidra med spisskompetanse innenfor praksisfeltet. Gjesteforelesere fra andre forskningsmiljøer vil bidra med relevant forskning eller andre perspektiver enn de emneansvarlig besitter.

Studiet vil benytte ulike undervisnings og læringsformer for å sikre at læringsutbyttet oppnås. I første rekke vil følgende arbeids- og undervisningsformer benyttes:

Plenumsforelesninger benyttes i alle moduler for å sikre grundig innlæring av relevante teorier og kunnskap som en viktig del av læringsutbyttet. Undervisningsformen tar sikte på å være i størst mulig grad dialog- og diskusjonsbasert der læringen oppnås som en kombinasjon av egen refleksjon og diskusjon med forelesere/medstudenter. Målet er å fremme helhetlig forståelse av faget, teorien og å styrke evnen til å anvende kunnskapen på praktiske problemstillinger.

Caseundervisning: i alle moduler vil praktiske cases fra næringsliv og offentlig forvaltning benyttes i forelesningene. Disse casene skal bidra til at læringsutbyttet om å kunne anvende teorier og metoder på praktiske problemstillinger oppnås, og bidra til at studentens ferdigheter i kritisk refleksjon og analyse oppøves. Casene vil variere fra rene eksempler, dagsaktuelle og klassiske, hentet fra virkeligheten til mer fiktive casetekster skreddersydd for diskusjon av konkrete temaer (f. eks cases hentet fra Harvard Business Schools casebibliotek eller Harvard Business Review). Undervisningsformen i caseundervisningen vil være diskusjonsbasert – der studentene sammen med foreleser diskuterer, analyserer og trekker konklusjoner av caset med utgangspunkt i relevant teori.

Praktiske gruppeoppgaver: i alle moduler vil det benyttes en rekke praktiske oppgaver som studentene skal løse i grupper. Flere av disse oppgavene vil løses i forelesningene, der resultatene presenteres av gruppen i plenum, og noen av de større oppgavene vil leveres inn som en del av evalueringen. Disse gruppeoppgavene skal primært bidra med å oppnå læringsutbytte om ferdigheter beskrevet i læringsutbyttet – f. eks knyttet til å beherske praktisk analyse av strategisk kommunikasjon, eller å evne og anvende relevante teorier på praktiske problemstillinger. Det vil tilstrebes at disse oppgavene skal omhandle reelle og dagsaktuelle problemstillinger fra bedrifter og offentlige etater. I disse settingene vil også studentene få trening i å både gi og motta konstruktiv kritikk, og arbeide med å utvikle felles produkter basert på faglig diskusjoner, vurderinger og avveininger.

Selvstendig akademisk arbeid: i flere av emnene skal studentene gjøre selvstendige akademiske arbeider (f. eks. skrive research proposal). Studiet avsluttes også med et akademisk arbeid (masteroppgave). Dette skal gi studentene læringsutbytte i form av ferdigheter og generell kompetanse for å kunne løse komplekse praktiske problemstillinger i markedsføring og kunnskap om hvilke prosesser og teknikker man må benytte for å kunne kaste lys over slike problemstillinger.

5.2 Eksamens- og vurderingsformer

Det benyttes flere vurderingsformer i studiet, både underveis og etter avsluttet emne. De ulike eksamens- og vurderingsformene skal måle i hvilken grad studentene har tilegnet seg den kunnskap, de ferdigheter og den kompetansen som er definert som læringsutbytte i hvert emne. I tillegg skal de bidra til et optimalt læringsutbytte underveis i emnet. Det legges derfor opp til flere mulige vurderingsformer som tilpasses det enkelte emnes egenart og som gir studentene ulike former for utfordringer, både individuelt og i grupper.

Studentene skal kunne formidle omfattende selvstendig arbeid, og beherske fagområdets uttrykksformer. De skal derfor øves i å stå foran forsamlinger og presentere ideer, rapporter, være møteledere etc. Muntlige presentasjoner kan benyttes som frittstående vurderingsform eller inngå som en del av Høgskolen Kristianas øvrige vurderingsformer. Studiet avsluttes med en masteroppgave. Masteroppgaven skal gi studentene trening i anvendelse av sentrale deler av pensum. Arbeidet med masteroppgaven vil bli ledsaget av individuell og/eller gruppevis veiledning, samt seminarer om ulike metodiske tilnærminger og skriving av avhandlinger.