



Samhällsvetenskapliga fakulteten

## SGSDM, Kandidatprogram i strategisk kommunikation och digitala medier, 180 högskolepoäng

*Bachelor of Science Programme in Strategic Communication and Digital Media, 180 credits*

**Program utan akademiska förkunskapskrav och med slutlig examen på grundnivå / *First cycle degree programme not requiring previous university study***

---

### Beslutsuppgifter

Utbildningsplanen är fastställd av Dekan för Samhällsvetenskapliga fakulteten 2017-12-20 (U 2017/684) med ikraftträdande 2017-12-20, att gälla från och med höstterminen 2018.

### Programbeskrivning

Digitalisering präglar organisationers kommunikation och interaktionen med det omgivande samhället. Kommunikationsteknologin utvecklas ständigt och mängden information ökar. Digitaliseringen skapar nya villkor för kommunikationen mellan olika aktörer och intressenter och därför behöver organisationer ta hänsyn till både sociala och teknologiska aspekter av strategisk kommunikation. Arbetsprocesser, medarbetare, medborgare och konsumenterna ställer nya krav på kommunikationen i och kring organisationer.

Programmet *Strategisk kommunikation och digitala medier* syftar till att möta förändrade behov av och villkor för kommunikation i ett digitaliserat organisationslandskap. Studenten tillägnar sig kunskaper, färdigheter och förhållningssätt som fordras för ett självständigt och strategiskt arbete inom kommunikation med fokus på forskningsområdena public relations, marknadskommunikation och organisationskommunikation. Utöver dessa områden innehåller programmet inslag av företagsekonomi, medie- och kommunikationsvetenskap, medieteknik, retorik, sociologi, psykologi och språkvetenskap. Programmet är således flervetenskapligt till sin karaktär, vilket bidrar

till att studenten utvecklar en helhetssyn på strategiska aspekter av organisationers kommunikation.

Sammantaget ger programmet kunskaper inom breda, forskningsmässigt förankrade fält. Kunskapsområdet strategisk kommunikation omfattar ledning, planering och genomförande av kommunikationsaktiviteter i relation till olika publikgrupper och det omgivande samhället i syfte att uppnå övergripande organisatoriska verksamhetsmål. Kunskap om strategisk kommunikation och digitala medier i kombination med utbildningens praktiska inslag och möjlighet till yrkespraktik förbereder studenten för ett flertal yrkesroller i privata och offentliga organisationer.

De taktiska och gestaltande momenten innefattar bland annat kommunikationsplanering, webbproduktion, grafisk design, digital marknadskommunikation och visuell kommunikation. Dessa moment belyses och problematiseras i relation till såväl teori som praktik. Därtill utvecklar studenten även kunskap inom områden som praktisk svenska och retorik.

Programmet erbjuder möjlighet till verksamhetsförlagd yrkespraktik, utlandsstudier, samt en utbildning i nära samverkan med näringslivet, offentlig verksamhet och andra typer av organisationer bidrar till anställningsbarhet både nationellt och internationellt.

Kandidatprogrammet är förankrat i fem utgångspunkter. Utbildningen är

1. *flervetenskaplig* med referenser till mötet mellan ämnen såsom strategisk kommunikation, företagsekonomi, medie- och kommunikationsvetenskap, retorik, sociologi och språkvetenskap.
2. *efterfrågeorienterad*, dvs. de frågeställningar som hanteras ska vara relevanta ur ett tillämpat perspektiv med syftet att ge studenten goda förutsättningar för en hög anställningsbarhet.
3. *produktionsorienterad*, vilket innebär att studenten förväntas kunna kombinera teorier och praktiska produktionsmoment inom bl.a. skrivande, webbpublicering, visuella medier och retorik.
4. baserad på *samverkan med näringslivet och myndigheter* genom att studenten genomför praktik i en organisation, genom en aktivt rådgivande grupp av branschrepresentanter, genom partnerföretag som plattform för projektarbeten samt genom deltagande av gästlärare från branschen.
5. *internationellt gångbar* med internationella perspektiv i flertalet kurser samt möjlighet till studier utomlands.

Efter utbildningen kan studenten utveckla och ansvara för organisationers strategiska kommunikation i digitala medier. Utbildningen förbereder studenten att som konsult eller anställd på en kommunikationsavdelning arbeta med digitala medier och webbstrategier inom public relations, marknadskommunikation och intern kommunikation. Efter utbildningen kan studenten även hantera digitala kampanjer, webbpublicering, utvärdera organisationers närvaro online och på sociala medier, samt planera och koordinera digitala projekt. Utbildningen förbereder för fortsatta studier på avancerad nivå.

## Mål

I enlighet med Högskoleförordningen skall studenten för en kandidatexamen visa följande:

## Kunskap och förståelse

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet strategisk kommunikation, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

## Färdighet och förmåga

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

## Värderingsförmåga och förhållningssätt

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet strategisk kommunikation göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

*Utöver de mål som specificeras i Högskoleförordningen skall studenten för filosofie kandidatexamen med huvudområde strategisk kommunikation:*

- visa förmåga att identifiera och bedöma kommunikationsproblem och dra slutsatser kring taktiska lösningar, t.ex. genom olika medieval och medieproduktioner, och
- visa förmåga att analysera, kritiskt tolka och definiera organisationers behov av digitala medier och plattformar.

## Kursuppgifter

Kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier omfattar totalt 180 högskolepoäng. För kandidatexamen ska studenten ha fullgjort de kurser som visas i den schematiska programbeskrivningen. Under termin fem erbjuds studenten möjligheten att ansöka om utlandsstudier. De kurser som läses under denna termin ska godkännas av institutionen för att kunna tillgodoräknas i examen. Under femte terminen finns även möjlighet för studenten att genomföra en arbetsplatsförlagd praktik inom ramen för kursen Yrkespraktik i strategisk kommunikation och digitala medier (15 hp). Programmet avslutas med ett fördjupande examensarbete inom

strategisk kommunikation och digitala medier.

*Se bilaga Kursuppgifter SGSDM.*

## **Examen**

Examensbenämningar

Filosofie kandidatexamen

Huvudområde: Strategisk kommunikation

*Degree of Bachelor of Science*

*Major: Strategic Communication*

## **Förkunskapskrav och urvalsmetod**

### **Förkunskapskrav**

Grundläggande behörighet samt Engelska 6, Matematik 2a/2b/2c, Samhällskunskap 1b/1a1+1a2 eller Engelska B, Matematik B, Samhällskunskap A (områdesbehörighet 4/A4)

### **Urvalsmetod**

Platserna fördelas enligt: Betyg: 66 %, Högskoleprov: 34 %.

## **Övrigt**

Programmet ges på heltid vid Campus Helsingborg.

Programmet ges på svenska, men kurser och moment på andra skandinaviska språk och engelska kan förekomma. Under tredje terminen sker undervisning och examination endast på engelska.

Bilaga

**Kursuppgifter SGSDM**

<b>Kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier</b>		
<b>Termin 1</b>		<b>Termin 2</b>
Introduktion till strategisk kommunikation i teori och praktik (7,5 hp)		Varumärkeskommunikation (9 hp)
Perspektiv på kommunikation (7,5 hp)		Språkstrategi (6 hp)
Kommunikation i organisationer (15 hp)		Kommunikationsdesign i digitala landskap (15 hp)
<b>Termin 3</b>		<b>Termin 4</b>
Contemporary public relations (7,5 hp)		Ekonomistyrning, finansiell analys och ekonomisk rapportering (15 hp)
Strategic communication and digital media – culture and society (7,5 hp)		Visuell kommunikation (7,5 hp)
Introduction to research methods and academic writing (15 hp)		Digital marknadskommunikation (7,5 hp)
<b>Termin 5</b>		<b>Termin 6</b>
<i>Alternativ 1</i>	<i>Alternativ 2</i>	Strategisk kommunikation i kris och förändring (7,5 hp)
Yrkespraktik (15hp)	Valbara kurser vid utländskt lärosäte (30 hp)	Forskningsmetoder i strategisk kommunikation (7,5 hp)
Projektledning i digitala miljöer (15 hp)		Examensarbete för kandidatexamen (15 hp)