

STUDIEORDNING
for
Akademiuddannelsen i Kommunikation og
Formidling

Revideret 01.07.2013

Studieordningen er gældende fra 1. august 2013

Indhold

1	Indledning.....	2
2	Uddannelsens formål	2
3	Uddannelses varighed	3
4	Uddannelsens titel	3
5	Adgangskrav	3
6	Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold	4
6.1	Uddannelsens mål for læringsudbytte	4
6.2	Uddannelsens struktur.....	5
7	Afgangsprojekt.....	7
7.1	Læringsmål for afgangsprojektet.....	7
7.2	Udarbejdelse af afgangsprojekt	8
8	Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse	8
8.1	Undervisnings- og arbejdsformer	9
8.2	Evaluerings	9
9	Prøver og bedømmelse	9
10	Merit	9
11	Censorkorps	10
12	Studievejledning.....	10
13	Klager og dispensation.....	10
14	Overgangsordninger.....	10
15	Retsgrundlag.....	10
	Bilag 1 "Obligatoriske moduler"	12
	Modul Ob1 Kommunikation i praksis	12
	Modul Ob2 Strategisk kommunikation	13
	Bilag 2 "Retningsspecifikke moduler inden for uddannelsens faglige område"	14
	Modul Rs1 Fundraising i praksis	14
	Modul Rs2 Strategisk Fundraising.....	16
	Bilag 3 "Valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område"	17
	Modul Vf1 Global kommunikation	17
	Modul Vf2 Online kommunikation	18
	Modul Vf3 Sociale medier	20
	Modul Vf4 Præsentationsteknik	21
	Modul Vf5 Pressehåndtering i praksis	22
	Modul Vf6 Skriftlig kommunikation.....	23

1 Indledning

Akademiuddannelsen i Kommunikation og Formidling er en erhvervsrettet videregående uddannelse udbudt efter lov om erhvervsrettede grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne (VfV-loven) og efter bestemmelserne om tilrettelæggelse af deltidsuddannelser i lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v. Uddannelsen er omfattet af reglerne i bekendtgørelse om akademiuddannelser fra Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser.

Uddannelsen hører under fagområdet for de merkantile uddannelser i bekendtgørelse om videregående voksenuddannelser.

Studieordningen er udarbejdet i fællesskab af de institutioner, som er godkendt af Styrelsen for Videregående Uddannelser og Uddannelsesstøtte (VUS) til udbud af denne uddannelse. Studieordningen finder anvendelse for alle godkendte udbud af uddannelsen, og ændringer i studieordningen kan kun foretages i et samarbejde mellem de udbydende institutioner.

Følgende uddannelsesinstitutioner er ved denne studieordnings ikrafttræden godkendt til udbud af Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling:

- Erhvervsakademiet Lillebælt
- Erhvervsakademi Dania
- Erhvervsakademi MidtVest
- Erhvervsakademi Sjælland
- Erhvervsakademi Århus
- Erhvervsakademi SydVest
- Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy
- Københavns Erhvervsakademi (KEA)
- Erhvervsakademiet Kolding
- Professionshøjskolen UC Nordjylland

Ved udarbejdelse af den fælles studieordning og væsentlige ændringer heraf tager institutionerne kontakt til aftagerne og øvrige interessenter samt indhenter en udtalelse fra censorformandskabet, jf. eksamensbekendtgørelsen.

Studieordningen og væsentlige ændringer heraf træder i kraft ved et studieårs begyndelse og skal indeholde de fornødne overgangsordninger.

Studieordningen har virkning fra 1. august 2013.

2 Uddannelsens formål

Formålet med Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling er at kvalificere den uddannede til at kunne indgå i udviklingsorienterede og tværfaglige arbejdsprocesser inden for kommunikation og formidling, samt at kunne varetage afgrænsede ledelses- og planlægningsfunktioner i relation til erhvervs- og fagområdets praksis i private som offentlige organisationer. Endvidere skal den uddannede kunne identificere egne muligheder for videreuddannelse i forskellige læringsmiljøer.

Formålet ligger inden for fagområdets formål, som fastsat i bekendtgørelse om videregående voksenuddannelser.

3 Uddannelses varighed

Uddannelsen er normeret til 1 studenterårsværk. 1 studenterårsværk er en heltidsstuderendes arbejde i 1 år og svarer til 60 ECTS-point (European Credit Transfer System).

ECTS-point er en talmæssig angivelse for den totale arbejdsbelastning, som gennemførelsen af en uddannelse eller et modul er normeret til. I studenterårsværket er indregnet arbejdsbelastningen ved alle former for uddannelsesaktiviteter, der knytter sig til uddannelsen eller modulet, herunder skemalagt undervisning, selvstudie, projektarbejde, udarbejdelse af skriftlige opgaver, øvelser og cases, samt prøver og andre bedømmelser.

4 Uddannelsens titel

Uddannelsen giver den uddannede ret til at anvende betegnelsen *AU i Kommunikation og formidling* og den engelske betegnelse er *Academy Profession (AP) Degree in Business* jf. bekendtgørelse for videregående voksenuddannelser, bilag 1.

Studerende, der har gennemført moduler svarende til mindst 40 ECTS-point under det merkantile fagområde, kan anvende betegnelsen Merkonom. Betegnelsen på engelsk er Academy Foundation (AF) Graduate in Business.

5 Adgangskrav

Adgang til optagelse på Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling eller enkelte moduler herfra er betinget af, at ansøgeren har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse mindst på niveau med en relevant erhvervsuddannelse, en relevant grunduddannelse for voksne (GVU) eller en gymnasial uddannelse.

Ansøger skal desuden have mindst 2 års relevant erhvervserfaring efter gennemført adgangsgivende uddannelse eller opnået sideløbende med den adgangsgivende uddannelse, fx en relevant erhvervsuddannelse.

Institutionen kan optage ansøgere, der ikke har gennemført en relevant adgangsgivende uddannelse, men som ud fra en konkret vurdering skønnes at have uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles hermed.

Institutionen optager endvidere ansøgere, der efter individuel kompetencevurdering i henhold til § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse for voksne (videreuddannelsessystemet) har realkompetencer, der anerkendes som svarende til adgangsbetingelserne. Institutionen kan tilbyde et indledende kursus i studieforbereelse, studieteknik og indledende projektskrivning, der retter sig til alle obligatoriske og valgfri moduler og sigter mod at forbedre den studerendes grundlag for at gennemføre disse. Det indledende kursus har et omfang svarende til 1/12 årsværk.

Målet med det indledende kursus Studieforberedelse, studieteknik og indledende projektskrivning er, at den studerende opnår færdigheder og kompetencer inden for studieteknik, projektmetode, og opgaveskrivning, samt viden om motivation, koncentration og planlægning af et studium.

Modulet har fokus på rollen som studerende, informationssøgning, bearbejdning og analyse af data, faglig læsning og faglig skrivning, og formidling og kommunikation i undervisnings- og læresituationer samt evalueringssituationerne.

Indhold

- Motivation og læreprocesser
- Faglig læsning og skrivning, mundtlig formidling
- Litteratursøgning, kildekritik og kildehenvisning
- Projektarbejde
- Undersøgelsesdesign, kvalitative og kvantitative data

Viden og forståelse

- Den studerende skal have viden om almen studieteknik
- Den studerende skal have udviklingsbaseret viden om egen læring og metoder til at fremme studiekompetence
- Den studerende skal kunne forstå de centrale teorier og metoder der knytter sig til at studere på akademiuddannelse, inkl. viden om hhv. kvalitativ og kvantitativ data

Færdigheder

- Den studerende skal kunne anvende centrale metoder inden for projektarbejde
- Den studerende skal kunne indsamle viden vha. søgemaskiner, kunne vurdere og dermed forholde sig kritisk til kilderne samt kunne anvende den nye viden i projektarbejdets faser

Kompetencer

- Den studerende skal kunne håndtere de indholdsmæssige metodiske krav, der stilles i et akademistudium, inkl. være i stand til at læse og skrive fagligt relevant på et passende niveau
- Den studerende skal kunne deltage i fagligt og studieegnet i professionelle sammenhænge på studiet inkl. i gruppesammenhænge

6 Uddannelsens mål for læringsudbytte, struktur og indhold

6.1 Uddannelsens mål for læringsudbytte

Uddannelsens mål for læringsudbytte beskrives nedenfor ud fra kvalifikationsrammen for de videregående uddannelser. Uddannelsens mål for læringsudbytte:

Viden og forståelse

Den uddannede skal:

- Have udviklingsbaseret viden om fagområdets praksis,
- Have udviklingsbaseret viden om central anvendt teori og metode i relation til kommunikation og formidling herunder grundlæggende viden om kommunikationsmodeller på tværs af kommunikations- og formidlingsformer.
- kunne forstå praksis og central anvendt teori/metode og forstå anvendelsen af dem.

Færdigheder

Den studerende skal kunne:

- anvende centrale metoder og redskaber, der knytter sig til det faglige områdes praksis og arbejdsprocesser, herunder kunne analysere og anvende sproget målrettet i forhold til den enkelte opgave samt anvende udbredte planlægnings- og formidlingsværktøjer i opgaveløsningen.
- vurdere praksisnære problemstillinger og opstille samt vælge arbejdsgange og arbejdsprocesser, inden for det valgte faglige område.
- formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmuligheder til samarbejdspartnere og brugere.

Kompetencer

Den studerende skal kunne:

- håndtere udviklingsorienterede situationer inden for den valgte specialisering
- deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde med en professionel tilgang
- udvikle egen praksis i en struktureret sammenhæng.

6.2 Uddannelsens struktur

Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling er modulopdelt. Samlet set består den af 60 ECTS-point og omfatter:

- To obligatoriske fagmoduler svarende til 20 ECTS-point
- Valgfrie moduler (å 5 eller 10 ECTS-point) svarende til 30 ECTS-point
- Et afgangsprøve svarende til 10 ECTS point

Der kan vælges en uddannelsesretning (Fundraising). Uddannelsesretningen indeholder yderligere to obligatoriske moduler, der konstituerer uddannelsesretningen. En uddannelsesretning indeholder således fire obligatoriske moduler:

- To obligatoriske moduler, der er fælles uanset uddannelsesretning: "Kommunikation i praksis" med et omfang på 10 ECTS Point, "Strategisk kommunikation" med et omfang på 10 ECTS Point.
- To obligatoriske moduler på 10 ECTS Point inden for uddannelsesretningen.
- Valgmoduler (å 5 eller 10 ECTS-point) svarende til 10 ECTS-point – evt. fra andre fagområder end det merkantile.
- Et afgangsprøve svarende til 10 ECTS Point, der afslutter uddannelsen.

Nedenfor ses en grafisk fremstilling af uddannelsens struktur uden uddannelsesretning.

Akademiuddannelsen i kommunikation og formidling: I alt 60 ECTS		
Obligatoriske moduler: - Kommunikation i praksis – 10 ECTS - Strategisk kommunikation- 10 ECTS		
Valgmoduler 30 ECTS-point, heraf højst 15 ECTS-point fra andre fagområder end det merkantile		Valgmoduler til uddannelsen: - Online kommunikation – 10 ECTS - Global kommunikation – 5 ECTS - Sociale Medier – 10 ECTS - Præsentationsteknik – 5 ECTS - Fundraising i praksis – 10 ECTS - Strategisk Fundraising – 10 ECTS - Pressehåndtering i praksis – 10 ECS - Skriftlig kommunikation – 5 ECTS
Afgangsprøjet 10 ECTS point		

Nedenfor ses en grafisk fremstilling af uddannelsens struktur med uddannelsesretning.

Akademiuddannelsen i kommunikation og formidling Retning: Fundraising I alt 60 ECTS		
Obligatoriske moduler: - Kommunikation i praksis – 10 ECTS - Strategisk kommunikation- 10 ECTS		
Retningsspecifikke obligatoriske fagmoduler: - Fundraising i praksis – 10 ECTS - Strategisk Fundraising – 10 ECTS		
Valgmoduler 10 ECTS-point, som også må være fra andre fagområder end det merkantile		Valgmoduler til uddannelsen: - Online kommunikation – 10 ECTS - Global kommunikation – 5 ECTS - Sociale Medier – 10 ECTS - Præsentationsteknik – 5 ECTS - Pressehåndtering i praksis – 10 ECS - Skriftlig kommunikation – 5 ECTS
Afgangsprøjet 10 ECTS point		

Obligatoriske moduler (jf. bilag 1)

Uddannelsens obligatoriske moduler, der er fælles for alle studerende, omfatter i alt 20 ECTS-point

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1.

Obligatoriske retningsspecifikke moduler (jf. bilag 2)

Uddannelsens retningsspecifikke obligatoriske moduler, der er fælles for retningen Fundraising, omfatter i alt 20 ECTS-point

For uddybning af læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler henvises til bilag 1

Valgfrie moduler (jf. bilag 3)

Uddannelsen omfatter valgfrie moduler, der for den enkelte studerende kan udgøre op til 30 ECTS-point.

Retningsspecifikke moduler, jf. bilag 2, kan også vælges som valgfrie moduler.

Som valgfri moduler kan den studerende vælge moduler fra andre uddannelser inden for det merkantile fagområde.

Den studerende kan desuden vælge moduler fra andre fagområder end det merkantile område. Disse valgfrie moduler kan dog højst udgøre 15 ECTS-point.

Især kan moduler inden for fagområdet for ledelse være relevante som valgmoduler.

7 Afgangsprøvet

7.1 Læringsmål for afgangsprøvet

Afgangsprøvet danner afslutningen på Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling. Afgangsprøvet skal afspejle uddannelsens formål og indhold, samt dokumentere at uddannelsens formål er opnået. Fokus er således analyse, refleksion, vurdering og håndtering af problemer inden for det valgte faglige område, gennem anvendelse af relevante teorier og metoder.

Læringsmål

I det følgende beskrives læringsmål ud fra kvalifikationsrammen for de videregående uddannelser. Det er målet, at den studerende gennem integration af praksiserfaring og udviklingsorientering opnår:

Viden og forståelse

Den studerende skal:

- have udviklingsorienteret viden om central anvendt teori, metode og praksis indenfor det valgte faglige område.
- have forståelse af praksis og de vigtigste anvendte teorier og metoder og kan forstå anvendelsen af disse indenfor det valgte faglige område.
- kunne forstå egne praksis og de vigtigste anvendte teorier og metoder og kan forstå anvendelsen af disse inden for det valgte faglige område.

Færdigheder

Den studerende skal kunne:

- anvende centrale metoder og redskaber til at indsamle og analysere informationer inden for det valgte faglige område med anvendelse af relevant/e metode/r
- anvende centrale metoder og redskaber til at dokumentere og analysere teoretiske og praksisnære problemstillinger, handleløsninger og -muligheder, der er relateret til det valgte faglige område
- formidle faglige så vel som praksisnære problemstillinger og handlemuligheder for relevante samarbejdspartnere og/eller brugere

Kompetencer

Den studerende skal:

- kunne deltage i udviklingsorienterede og/eller tværfaglige arbejdsprocesser.
- Kunne varetage afgrænsede ledelses- og planlægningsfunktioner i en struktureret sammenhæng i relation til det valgte faglige områdes praksis.
- i en struktureret sammenhæng kunne identificere og udvikle egen praksis for fortsat videreuddannelse i forskellige læringsmiljøer.

Bedømmelse

Individuel bedømmelse med ekstern censur efter 7-trins-skalaen. Der lægges vægt på, at den studerende på selvstændig måde forholder sig analyserende, reflekterende og kritisk til praksisnære problemstillinger og forskellige teoretiske og metodiske positioner relateret til det valgte faglige område.

7.2 Udarbejdelse af afgangsprøve

Der tilbydes undervisning i mindre omfang i relation til afgangsprøven. Indhold og omfanget bestemmes af den enkelte uddannelsesinstitution.

Afgangsprøvens emne skal ligge inden for uddannelsens faglige område og formuleres, så eventuelle valgfag uden for uddannelsens faglige område inddrages. Afgangsprøvens emne skal godkendes af uddannelsesinstitutionen.

Der ydes vejledning i tilknytning til projektarbejdet.

Betingelser for godkendelse af emnevalg, vejledning, information om vejledertimer etc. vil fremgå af udbyderinstitutionens studievejledning.

Afgangsprøven gennemføres som en vekselvirkning mellem vejledning og individuelt selvstudium. For at kunne afslutte afgangsprøveeksamen skal alle øvrige prøver være bestået.

Den første handling i denne proces er, at projektet anmeldes til den institution, hvor man er tilmeldt. Herefter indkalder institutionen de studerende til et opstartsmøde, hvor der gives information om tildeling af vejleder, vigtige datoer, brugen af vejleder, etc.

Det endelige valg af emne fastlægges i et samarbejde mellem vejlederen og den studerende, hvilket sker umiddelbart efter opstartsdagen.

8 Uddannelsens pædagogiske tilrettelæggelse

8.1 Undervisnings- og arbejdsformer

Uddannelsen vægter samspillet mellem den studerendes praksiserfaringer, teori-inddragelser og praksisbearbejdning. Dermed får den studerende mulighed for at udvikle viden, færdigheder og kompetencer i samspillet mellem udviklingsviden, forskningsviden og praksisviden.

Tilrettelæggelsen af studiet og de anvendte pædagogiske metoder skal ses i lyset af uddannelsesrettningens formål. Dette kommer til udtryk i forskellige undervisnings- og arbejdsformer, hvor fokus er på aktiv inddragelse af den studerendes erhvervserfaring og kompetence:

- Selvstændige studieaktiviteter som fx projektarbejde, studieøvelser, arbejde med udvalgte undersøgelsesmetoder og deltagelse i studiegrupper
- Vejledning kan tilbydes såvel grupper som individuelt. I forbindelse med opgavearbejdet struktureres vejledningen som en individuelt rettet dialog med de studerende.
- Arbejdsformer som fx holdundervisning, oplæg, Virtuel Undervisning, e-læring og casearbejde.

Der arbejdes således med fleksible læringsformer herunder relevante virtuelle arbejdsformer. Undervisnings- og arbejdsformerne afspejles i prøver og bedømmelse.

8.2 Evaluering

Modulerne evalueres i henhold til erhvervsakademiernes systematik for arbejdet med kvalitetssikring- og udvikling. Evalueringsresultaterne indgår i den samlede kvalitetssikring og anvendes til løbende udvikling af uddannelsen. Evalueringsresultaterne behandles desuden på møder mellem udbyderne.

9 Prøver og bedømmelse

Hvert modul og det afsluttende projekt afsluttes med en prøve med bedømmelse efter 7-trins-skalaen (jf. Karakterskalabekendtgørelsen).

Det fremgår af bilagene 1 og 2 hvilke moduler, der bedømmes ved ekstern prøve.

Tilmelding til et modul er samtidig tilmelding til prøve i modulet. Evt. frist for framelding fremgår af udbyderinstitutionens studiemateriale.

Bedømmelsesformerne er mundtlige eller skriftlige eller en kombination af disse. For alle prøver foreligger der kriterier og rammer fra udbudsinstitutionen.

For prøver og eksamen gælder i øvrigt reglerne i Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser og Bekendtgørelsen om karakterskala og anden bedømmelse.

10 Merit

Beståede uddannelseselementer fra en anden dansk eller udenlandsk videregående uddannelse kan efter institutionens afgørelse i det enkelte tilfælde give merit i uddannelsen.

Afgørelsen træffes på grundlag af en faglig vurdering af ækvivalensen mellem de berørte uddannelseselementer, i denne vurdering indgår ligeledes ECTS angivelsen, uddannelseselementets niveau-mæssige indplacering i den nationale kvalifikationsramme

Der gives endvidere merit for moduler, når den studerende efter en individuel kompetencevurdering i henhold til § 15 a i lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne har realkompetencer, der anerkendes som svarende til de berørte moduler.

Der kan ikke gives merit for afgangsprojektet.

11 Censorkorps

Akademiuddannelsen i Kommunikation og formidling benytter det af VUS godkendte censorkorps for Akademiuddannelser inden for det merkantile fagområde

12 Studievejledning

Studievejledning skal støtte den studerende i uddannelsesforløbet fra valg af uddannelse til gennemførelse af uddannelse og forudsætter aktiv henvendelse fra både studievejleder og studerende.

Hensigten med studievejledning er at hjælpe den studerende til at skabe gennemsigtighed i uddannelsen og øge muligheden for at træffe begrundede valg i forhold til egen læring og trivsel.

13 Klager og dispensation

Klager over prøver indgives til institutionen inden for en frist af 14 dage efter, at bedømmelsen af prøven er meddelt.

Klager over prøver behandles i øvrigt efter reglerne i Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser.

Klager over øvrige forhold indgives til institutionen

Institutionen kan dispensere fra de regler i studieordningen, der alene er fastsat af institutionerne, når det er begrundet i særlige forhold.

14 Overgangsordninger

Studerende, der har gennemført et eller flere moduler efter de hidtidige regler om uddannelsen, kan afslutte uddannelsen efter disse tidligere regler, hvis den enkelte institutions forhold tillader det, eller afslutte uddannelsen efter denne studieordning.

Den studerende kan dermed uden ophold fortsætte den påbegyndte uddannelse, dog betyder dette i forhold til denne studieordning, at specialefaget udgår og erstattes af et valgfag.

15 Retsgrundlag

Studieordningens retsgrundlag udgøres af:

- 1) Bekendtgørelse om videregående voksenuddannelser
- 2) Bekendtgørelse af lov om erhvervsrettet grunduddannelse og videregående uddannelse (videreuddannelsessystemet) for voksne
- 3) Bekendtgørelse af lov om åben uddannelse (erhvervsrettet voksenuddannelse) m.v.
- 4) Bekendtgørelse om prøver og eksamen i erhvervsrettede videregående uddannelser

- 5) Bekendtgørelse om karakterskala og anden bedømmelse
- 6) Bekendtgørelse om fleksible forløb inden for videregående uddannelse for voksne

Retsgrundlaget kan læses på adressen www.retsinfo.dk

Bilag 1 ”Obligatoriske moduler”

Bilag 1 gennemgår læringsmål, indhold og omfang af de obligatoriske moduler.

Modul Ob1 Kommunikation i praksis

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at varetage skriftlige, verbale og digitale kommunikationsopgaver i forskellig kontekst.

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i et individuelt kort projekt, med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Med kort projekt menes, at projektet samlet set maksimum må være på 8 normalsider svarende til 8 x 2400 tegn inkl. mellemrum. Det korte projekt indgår med en helhedsvurdering som en del af bedømmelsen.

Læringsmål: Med udgangspunkt i den enkelte kommunikationsopgave, er det målet, at den studerende kan analysere og vurdere opgaven med henblik på en professionel løsning af denne.

Den studerende...

Viden

- Skal have en grundlæggende viden om kommunikationens mål og modtager-/afsenderforhold
- Skal have kendskab til relevante planlægnings- og formidlingsværktøjer
- Skal have forståelse af, hvad dialogbaseret kommunikation er i en praksis sammenhæng
- Skal have viden om kommunikationens dynamiske processer i forhold til egen rolle samt i modtagers optik
- Skal have forståelse af medievalg i forhold til kommunikationsbudskaber og -mål
- Skal have kendskab til sprogformer og valg af sprog inden for forskellige medier
- Skal have forståelse af verbal og nonverbal kommunikation

Færdigheder

- Skal kunne analysere og vurdere kommunikationsopgaven med henblik på en professionel løsning af denne
- Skal kunne analysere og anvende sproget målrettet i forhold til den enkelte opgave
- Skal kunne anvende udbredte planlægnings- og formidlingsværktøjer i opgaveløsningen
- Skal kunne deltage professionelt og konstruktivt i dialogbaseret kommunikation

Kompetencer

- Skal kunne reflektere over egen personlig kommunikation
- Skal kunne analysere og vurdere skriftlig, verbal og digital kommunikation i forhold til kommunikationens kontekst
- Skal selvstændigt kunne anvende relevante modeller og værktøjer til udarbejdelse af skriftlige og digitale daglige kommunikationsopgaver
- Skal kunne planlægge og gennemføre daglige kommunikationsopgaver
- Skal kunne vælge den rette formidlingsform for en given opgave

Indhold

- Kommunikationspsykologi
- Kommunikationsmodeller
- Planlægnings- og formidlingsværktøjer
- Kommunikationsopgaven i praksis
- Præsentationsteknik
- Målgruppeorientering

Modul Ob2 Strategisk kommunikation

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til at kunne deltage professionelt i analysering, planlægning og gennemførelse af organisationens større kommunikations- og formidlingsløsninger på det strategiske niveau

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve på baggrund af et individuelt langt projekt, med ekstern censur og bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Med langt projekt menes, at projektet samlet set maksimum må være på 15 normalsider svarende til 15 x 2400 tegn inkl. mellemrum. Det lange projekt indgår med en helhed som en del af bedømmelsen.

Læringsmål: Med udgangspunkt i den enkelte organisations værdigrundlag og kommunikationsstrategi, er målet, at den studerende skal kunne analysere og strukturere organisationens kommunikative opgaver

Den studerende...**Viden**

- Skal have viden om, hvilken betydning organisationens vision, mission og værdier har i udarbejdelse af kommunikationsstrategier
- Skal have en grundlæggende forståelse for sammenhængen mellem intern og ekstern kommunikation
- Skal have grundlæggende viden om relevante planlægnings- og formidlingsværktøjer i organisationsøjemed
- Skal kunne forstå væsentlige virkninger af Corporate Branding for organisationen i forhold til kunder, medarbejdere og det omgivende samfund
- Skal have kendskab til teori og metoder til effektiv krisekommunikation for organisationen såvel internt som eksternt
- Skal forstå væsentlige virkninger af konkret kommunikation i forbindelse med forandringsprocesser på organisatorisk såvel som på medarbejderniveau
- Skal kunne forstå betydningen af organisationens behov for videndeling

Færdigheder

- Skal kunne analysere organisationens vision, mission og værdier som grundlag for organisationens kommunikative opgaver
- Skal kunne vurdere og anvende relevante teorier og modeller for organisationen Corporate Communication

- Skal gennem beskrivelse, analyse og vurdering være i stand til at vælge den rette formidlings- og kommunikationsløsning for organisationen
- Skal kunne vurdere metoder og processer i udvikling og planlægning af organisationens Corporate Branding
- Skal kunne planlægge og gennemføre effektiv krisekommunikation for organisationen såvel internt som eksternt
- Skal kunne planlægge og gennemføre en effektiv forandringskommunikation for organisationen
- Skal kunne anvende storytelling i formidlingen
- Skal kunne vurdere og fastlægge organisationens medievalg – herunder webbaserede medier
- Skal kunne vælge rette medie og formidlingsform for facilitering af videndeling i organisationen

Kompetencer

- Skal selvstændigt kunne vurdere organisationens anvendelse af vision, mission og værdier i strategier for organisationens Corporate Communication
- Skal selvstændigt kunne vurdere og anvende kommunikationsstrategi, kommunikationspolitik og kommunikationsplan som fundament for organisationens kommunikative opgaver
- Skal kunne indgå i roller og samarbejdsformer, i forbindelse med styrkelse af organisationens forandrings- og krisekommunikation
- Skal kunne vurdere om egen indsats er i overensstemmelse med organisationens Corporate Branding
- Skal kunne etablere og indgå i vidensnetværk i organisatorisk kontekst

Indhold

- Grundlæggende kommunikationsteori
- Kommunikationsanalyse
- Kommunikationsplanlægning
- Narrativ teori/storytelling
- Corporate Branding
- Krisekommunikation
- Forandringskommunikation
- Corporate Communication
- Autokommunikation
- Organisationskommunikation

Bilag 2 ”Retningsspecifikke moduler inden for uddannelsens faglige område”

Modul Rs1 Fundraising i praksis

Formål: At give de studerende teoretisk og praktisk viden til at kunne forstå praksis og central anvendt teori indenfor fundraising. Samtidig med at de studerende skal kunne anvende centrale metoder og værktøjer i fundraisingarbejdet som f.eks. informationsindsamling, opbygning af diverse kampagner, indtægtsskabende aktiviteter, relationsarbejde, donor- og sponsor kommunikation mm.

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition. Og med intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Det praktiske produkt indgår som en helhed i bedømmelsen. Dispositionen er et obligatorisk oplæg til og udgangspunkt for den mundtlige prøve.

En disposition er max én A4 side, der ved hjælp af stikord indkredser det teoretiske grundlag for det praktiske produkt. Dispositionen afleveres sammen med en litteraturliste.

Et praktisk produkt defineres som fx en opførelse, en udstilling, en praktisk øvelse, videosekvens, powerpoint eller lignende.

Læringsmål. Den studerende...**Viden og forståelse**

- Skal have udviklingsbaseret viden om anvendt teori og metode indenfor lovgivning og relationsopbygning i arbejdet som fundraiser.
- Skal kunne forstå praksis og central anvendt teori og metode i fundraiser professionens begreber og teknikker.

Færdigheder

- Anvende centrale metoder og værktøjer til at opstille relevante mål for en fundraisingaktivitet og evaluering af samme.
- Anvende centrale værktøjer og metoder til at frembringe relevant viden om donorer og evt. medlemmer.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at planlægge og gennemføre relevante indsamlingskampagner.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at vurdere en indsamlingskampagne i forhold til målgruppe og kanaler.
- Anvende centrale metoder og værktøjer til at identificere nye indtægtsskabende aktiviteter.
- Anvende referencer og testimonials aktivt i en konkret indsamlingsaktivitet.
- Løse opgaver omkring relationsopbygningen til eksisterende medlemmer / bidragydere.
- Planlægge og strukturere egen tid

Kompetencer.

- Skal kunne håndtere valg af indsamlingskampagne i forhold til målgruppe og kanal.
- Skal kunne håndtere kommunikationen med medlemmer/donorer i forhold til donorpyramiden.
- Skal kunne håndtere sponsorer med sigte på at opnå en win-win situation.
- Skal kunne formidle i samarbejde mellem interne interesser og eksterne donorer i forhold til den fortsatte relationsopbygning.
- Skal kunne håndtere henvendelser af etisk og/ eller juridisk karakter.

Indhold:

- Grundlæggende fundraisingteori og metode
- Kampagneværktøjer og -planlægning

- Informationsindsamling
- Målgruppe analyse
- Fundraisingkanaler
- Indtægtsskabende aktiviteter
- Fundraisingkommunikation med fokus på donorer og sponsorer
- Relationsarbejde
- Ethiske elementer i fundraisingarbejdet

Modul Rs2 Strategisk Fundraising

Formål: At give de studerende viden om centrale metoder og modeller til strategisk fundraisingarbejde og viden om hvordan fundraisingarbejde hænger sammen med øvrige aktiviteter i og udenfor organisationer. Den studerende skal kunne arbejde på tværs af forskellige indsamlings- og kampagneaktiviteter og kunne optimere aktiviteterne med henblik på at opnå bedre indsamlingsresultater.

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i et individuelt kort projekt, med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Med kort projekt menes, at projektet samlet set maksimum må være på 8 normalsider svarende til 8 x 2400 tegn inkl. mellemrum. Det korte projekt indgår med en helhedsvurdering som en del af bedømmelsen.

Læringsmål: Den studerende...

Viden og forståelse

- Skal have udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller i fundraising i et strategisk perspektiv.
- Skal kunne forstå praksis og centralt anvendt teori og metode i forhold til valg af målgrupper og indsamlingskanaler.
- Skal forstå praksis om hvordan fundraising-strategien indgår i organisationens øvrige aktiviteter.
- Skal forstå betydningen af strategisk forankring af store indsamlingsaktiviteter og partnerskaber.

Færdigheder

- Kunne arbejde strategisk og anvende centrale metoder og redskaber fra fundraisingteorien og markedsføring for at kunne udarbejde den research, der ligger til grund for strategien.
- Læse, forstå og vurdere praksisnære problemstillinger i forhold til organisationen og dens relation til bidragyderne.
- Arbejde systematisk med i praksis at skabe tillid hos interessenter ved bevidst tilpasning af salgsindsats og kommunikation overfor forskellige kundetype samt forankring internt af indsamlingsaktiviteter.

Kompetencer.

- Deltage i fagligt og tværfagligt samarbejde i forbindelse med tilrettelæggelse og gennemførelse af organisationens indsamlingsstrategi.
- Identificere forskellige bidragsydere og forstå vigtigheden af at kunne tilpasse egen indsats i forhold til disse for derved opnå bedre ind-samlingsresultater.
- Sikre at organisationens indsamlingsaktiviteter er funderet i omverdens analyser.
- Sikre at indsamlingsaktiviteter matcher organisationens vision og mission og har strategisk forankring.

Indhold:

- Teorier og modeller til strategisk fundraisingarbejde
- Styling og analyse af en portefølje af fundraisingaktiviteter
- Omverdens research og analyse
- Analyse af fundraising resultater og metoder
- Partnerskaber
- Strategisk relationsarbejde
- Tværfagligt samarbejde
- Udarbejdelse af en fundraisingstrategi

Bilag 3 ”Valgfrie moduler inden for uddannelsens faglige område”**Modul Vf1 Global kommunikation**

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at varetage kommunikationsopgaver i en global kontekst.

ECTS: 5

Eksamensform: Mundtlig prøve med materiale og uden forberedelse og med intern censur. Prøven tager udgangspunkt i godkendelse af et mindre antal konkrete opgaver, der er afleveret under forløbet. Bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Læringsmål: Med udgangspunkt i den enkelte kommunikationsopgave, er det målet, at den studerende kan analysere og vurdere opgaven med henblik på en professionel løsning af denne set i en global og interkulturel kontekst.

Den studerende...

Viden

- Skal have kendskab til kulturforskelle og interkulturel kommunikation
- Skal have viden om kulturelle værdier, kulturel identitet og kulturel adfærd samt kultur som konkurrenceparameter

- Skal have viden om kulturens konsekvenser i forretningsmæssig/kommunikativ sammenhæng
- Skal have kendskab til forskellige forretningsrelevante mundtlige og skriftlige kommunikationsprodukter og – former
- Skal have viden om kommunikationens dynamiske processer i forhold til egen rolle samt i modtagers optik
- Skal have forståelse af verbal og nonverbal kommunikation

Færdigheder

- Skal kunne analysere og vurdere kommunikationsopgaven med henblik på en professionel løsning af denne i en kulturel og global kontekst
- Skal kunne anvende relevante planlægnings- og formidlingsværktøjer i opgaveløsningen
- Skal kunne deltage professionelt og konstruktivt i interkulturel kommunikation og forretningsmæssige sammenhænge
- Skal kunne analysere og anvende engelsk, skriftligt som mundtligt, under hensynstagen til forskellige kulturelle kontekster
- Skal kunne analysere og anvende engelsk, skriftligt som mundtligt, målrettet den enkelte opgave og dens modtager

Kompetencer

- Skal kunne reflektere over egen personlig kommunikation i forskellige kulturelle sammenhænge
- Skal kunne reflektere over kulturforskelle og interkulturel kommunikation
- Skal selvstændigt kunne udarbejde og præsentere budskaber og modtagerorienterede kommunikationsprodukter på engelsk
- Skal kunne deltage i interkulturelt samarbejde på engelsk

Indhold

- Kommunikationsformer og strategier
- Kulturanalyse
- Det engelske sprog i forretningsmæssige sammenhænge i forskellige kulturelle kontekster
- Kommunikationsopgaven i praksis

Modul Vf2 Online kommunikation

Formål: Det er modulets formål at kvalificere den studerende til professionelt at forestå og tage del i anvendelsen af teknologi i virksomhedens interne og eksterne online kommunikation

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og disposition. Og med intern bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Det praktiske produkt indgår som en helhed i bedømmelsen. Dispositionen er et obligatorisk oplæg til og udgangspunkt for den mundtlige prøve.

En disposition er max én A4 side, der ved hjælp af stikord indkredser det teoretiske grundlag for det praktiske produkt. Dispositionen afleveres sammen med en litteraturliste.

Et praktisk produkt defineres som fx en opførelse, en udstilling, en praktisk øvelse, videosekvens, powerpoint eller lignende.

Læringsmål: Den studerende...

Viden

- Skal have viden om centrale teorier og metoder til udvikling, planlægning og implementering af en online kommunikationsstrategi for forskellige virksomhedstyper.
- Skal kunne forstå den strategiske betydning af online kommunikation i samspil med virksomhedens øvrige kommunikationsaktiviteter samt virksomhedens generelle mål.
- Skal have praksisviden og forståelse for betydningen af brugerinvolvering, content marketing og søgemaskineoptimering i forbindelse med en content strategi og i sammenhæng med en større kommunikationsmæssig forståelse.

Færdigheder

- Skal kunne eksekvere en content strategi med henblik på at imødekomme målgruppen.
- Skal kunne udarbejde og dele forskellige typer relevant content og online PR med udgangspunkt i den udarbejdede online kommunikationsstrategi.
- Skal kunne anvende centrale metoder og værktøjer inden for søgemaskineoptimering af content som en strategisk og taktisk del af en virksomheds online strategi.
- Skal kunne planlægge, formulere og publicere brugerorienterede webtekster, video, audio etc. samt analysere og anvende sprog, indholdsgenrer og fortællemodeller målrettet en kommunikationsopgave.
- Skal kunne vurdere anvendeligheden af en online kommunikationsstrategi og tilpasse eksisterende arbejdsgange og -processer samt videreformidle relevante løsningsforslag til samarbejdspartnere såvel som til websitets brugere.
- Skal løbende kunne måle, evaluere og optimere websites på indholdssiden med henblik på virksomhedens målsætninger

Kompetencer

- Skal selvstændigt håndtere udfordringer i forhold til en online kommunikationsstrategi.
- Skal selvstændigt kunne indgå i et tværfagligt samarbejde med henblik på løbende videreudvikling af en virksomheds online strategi og dertil hørende arbejdsprocesser.
- Skal kunne indgå og arbejde i et web-redaktionsteam.
- Skal kunne påtage sig management af content og ledelse af en online kommunikationsstrategi.
- Skal kunne identificere og inddrage udviklingsmuligheder inden for området.

Indhold:

- Online kommunikationsstrategi og -modeller:
- Formidlingsværktøjer til content

- Værktøjer til søgeoptimering af content

Modul Vf3 Sociale medier

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at varetage kommunikationsopgaver inden for de sociale medier og web 2.0

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve kombineret med et praktisk produkt og en skriftlig opgave og med intern censur og bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Den godkendt skriftlige opgave er sammen med den praktiske opgave oplæg til og udgangspunkt for den mundtlige prøve.

En skriftlig opgave må samlet set være på maksimum 6 normalsider svarende til 6 x 2400 tegn inkl. mellemrum. Et praktisk produkt defineres som fx en opførelse, en udstilling, en praktisk øvelse, videosekvens, powerpoint, forhandlingssituation eller lignende

Læringsmål: Den studerende...

Viden

- Skal have viden om centrale teorier og metoder til udvikling af kommunikationsplatforme og varetagelse af dialogen i sociale medier.
- Skal kunne forstå og skelne mellem forskellige teorier om og metoder til organisationens kommunikation via sociale medier, internt og eksternt.
- Skal have viden og forståelse om medieforbrug og -adfærd.
- Skal have viden og forståelse for forudsætningerne og mulighederne for at skabe dialog og engagement i sociale medier.

Færdigheder

- Skal kunne analysere og vurdere kommunikationen, dialogen og brugerinvolveringen i sociale medier.
- Skal kunne vurdere relevans af platforme og medier i forhold til målgruppens behov og tilstedeværelse.
- Skal kunne planlægge og eksekvere kommunikation og brugerinvolvering i forskellige sociale medier

Kompetencer

- Skal have forståelse for og indsigt i sociale mediers rolle som kommunikationskanal på tværs af funktioner i organisationen
- Skal selvstændigt kunne omsætte viden og færdigheder til praksis i forhold til kommunikation og brugerinvolvering i sociale medier
- Skal kunne tage del i udviklingen og implementeringen af en social mediestrategi

Indhold

- Baggrunden for sociale medier

- Netværkstankegangen og dennes indvirkning på kommunikation og engagement
- Formulering af kritiske succesfaktorer for tilstedeværelsen i sociale medier
- De sociale medieplatforme, deres brugere og egenskaber
- Opbygning af et community
- Den virale kommunikation
- Planlægning af brugerinvolverende aktiviteter
- Salg og kundeservice i sociale medier
- Overvågning af omtale
- Måling af engagement og sentiment
- Ledelse i en 2.0 verden, og formulering af politikker
- Social mediestrategi og indpasning i eksisterende strategier

Modul Vf4 Præsentationsteknik

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at planlægge og gennemføre en præsentation, såvel individ- som gruppepræsentation, med personlig gennemslagskraft i forskellig kontekst.

ECTS: 5

Eksamensform:

Mundtlig prøve med materiale og uden forberedelse og med intern censur.
Prøven tager udgangspunkt i godkendelse af et mindre antal konkrete opgaver, der er afleveret under forløbet. Bedømmelse efter 7-trinsskalaen.

Læringsmål:

Med udgangspunkt i den enkelte præsentationsopgave er det målet, at den studerende kan analysere og vurdere opgaven med henblik på en professionel løsning af denne.

Den studerende...

Viden

- Relevante kommunikationsteorier til planlægning, gennemførelse og evaluering af præsentationer
- Forskellige begreber, metoder og værktøjer til præsentationsteknik og personlig profilering

Færdigheder

- Analysere og vurdere præsentationsopgaven med henblik på en professionel løsning af denne
- Kan anvende forskellige kommunikationsteorier i forbindelse med planlægningen af præsentationsopgaven
- Kan planlægge, gennemføre og evaluere bestemte præsentationsteknikker i forskellig kontekst
- Kan gennemføre individ- og gruppepræsentationer
- Kan opøve gennemslagskraft gennem kommunikativ branding og profilering

Kompetencer

- Kan reflektere over egen præsentation og personlig kommunikation
- Kan selvstændigt anvende relevante modeller og værktøjer til udarbejdelse af præsentationsopgaver
- Kan fagligt og personligt planlægge og gennemføre præsentationsopgaver, såvel individ- som gruppepræsentationer

Indhold

- Kommunikationsmodeller
- Planlægnings- og præsentationsteknikker
- Præsentationsopgaven i praksis

Modul Vf5Pressehåndtering i praksis

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at kunne analysere, planlægge og forstå organisationens kommunikation til/med/via presse og medier med henblik på at varetage organisationens forskellige strategiske mål.

ECTS: 10

Eksamensform:

Mundtlig prøve med udgangspunkt i et individuelt kort projekt, med ekstern bedømmelse efter 7-trinsskalaen. Med kort projekt menes, at projektet samlet set maksimum må være på 8 normalsider svarende til 8 x 2400 tegn inkl. mellemrum. Det korte projekt indgår med en helhedsvurdering som en del af bedømmelsen.

Læringsmål: Den studerende...

Viden

- Have grundlæggende forståelse af mediernes samfundsrolle, dagsorden og arbejdsbetingelser
- Have forståelse af mediernes stigende betydning, medierne som kampplads for den offentlige mening og for den politiske dagsorden samt de forskellige aktører, der kan være involverede i den forbindelse
- Have forståelse for, hvordan organisationen kan bruge pressen til at fremme organisationens forskellige mål såsom opnå positiv omtale omkring organisationens og dens produkter, forebygge kritiske sager og/eller påvirke offentligheden og derigennem det politiske system
- Have forståelse af, hvad det gode pressearbejde og den gode historie er ifølge medierne
- Have grundlæggende forståelse for de forskellige midler og strategier, som organisationen kan benytte sig af i kontakten med presse og medier
- Have forståelse for, hvordan kriser opstår og udvikler sig i medierne
- Have forståelse af etiske aspekter vedrørende arbejdet med presse og medier

Færdigheder

- Udarbejde rammerne for organisationens pressearbejde i henhold til "det gode pressearbejde"

- Identificere organisationens ”gode historier” og tilpasse historierne til forskellige medier, herunder at udforme pressemeddelelser i henhold til nyhedskriterier, vinkling, opbygning og sprog
- Forestå den praktiske organisering af pressearbejdet
- Udarbejde og gennemføre strategier og planer for organisationens pressearbejde generelt og i henhold til konkrete sager og ”issues”
- Udvælge de rigtige midler, f.eks. pressemeddelelse, -interviews, -konferencer, -besøg eller lign. til at kontakte medierne samt kunne udvælge de rigtige medier at kommunikere til
- Bruge og indarbejde de nye medier, som f.eks. video og sociale medier i organisationens pressestrategier
- Identificere forskellige interessenter og aktører som f.eks. alliancepartnere og modstandere, analysere deres holdninger og indflydelse og indarbejde dette i organisations strategier og planer
- Vurdere organisationens sårbarhed over for kriser, kortlægge organisationens ”issues” og forstå opbygningen af organisationens kriseberedskab

Kompetencer

- Analysere og vurdere organisations rolle i forhold til medierne, offentligheden og det politiske system og kunne udvælge og gennemføre strategierne for at fremme organisationens sag
- Udarbejde strategier for organisationens ”gode historier” med henblik for at fremme organisationens sag, opnå positiv omtale eller lign. samt sætte det i forhold til organisationens kommunikationsstrategi og -politik
- Se sammenhængen mellem den konkrete problemstilling og valget af metode og strategier og kunne forholde sig kritisk til valgte midler, kanaler og strategier
- Identificere trusler og muligheder i organisationens brug af og forhold til medierne og inkorporere dette i valget og gennemførelsen af organisationens strategier og planer
- Evaluere organisationens håndtering og bruge af presse og medier generelt og i specifikke situationer og identificere forbedringsmuligheder – også i henhold til presseetiske problemstillinger

Indhold

- Relevante begreber, metoder, modeller og teorier inden for pressehåndtering generelt, Marketing Public Relations, Issues Management, Krisekommunikation og Public Affairs gennem medierne
- Mediernes samfundsrolle og arbejdsbetingelser
- Generel pressehåndtering: det gode pressearbejde og den gode historie
- Strategier og midler til pressehåndtering
- Brug af presse og medier til understøtning af marketingindsatsen
- Brug af presse og medier til at fremme organisationens sag i offentligheden og i det politiske system
- Forebyggelse og håndtering af kriser i medierne

Modul Vf6 Skriftlig kommunikation

Formål: Modulets formål er at kvalificere den studerende til selvstændigt og professionelt at kunne analysere, planlægge og forstå organisationens skriftlige kommunikation med henblik på at varetage organisationens forskellige skriftlige opgaver og udfordringer.

ECTS: 5

Eksamensform:

Skriftlig i form af en bunden hjemmeopgave, intern prøve med intern bedømmelse.

Bedømmelse: bestået/ikke bestået. Opgaven skal stille krav til den studerendes evne til at strukturere sit arbejde inden for fagets område og skal afvikles indenfor et afgrænset tidsrum.

Læringsmål: Den studerende skal...

Viden

- Have forståelse for, hvordan organisationen kan bruge det skriftlige medie til at fremme organisationens forskellige mål såsom opnå positiv omtale omkring organisationens og dens produkter, forebygge kritiske sager og/eller påvirke offentligheden
- Have forståelse for skriftlighedens betydning for videndeling, videnlagring og dokumentation i organisations øjemed. Og herunder forståelse af etiske aspekter vedrørende arbejdet med det skriftlige medie
- Have forståelse af, hvad den gode historie er og hvordan den kan formidles skriftligt til forskellige målgrupper via forskellige skriftlige former for medier

Færdigheder

- Identificere organisationens ”gode historier” og tilpasse historierne til forskellige genre indenfor det skriftlige medie
- afstemme den skriftlige kommunikation i forhold til organisationens grundlæggende værdigrundlag
- Strukturere en skreven tekst herunder arbejde med vinkling, opbygning og sprog, herunder at bestride korrekt kommatering, grammatik og kongruens i henhold til dansk

Kompetencer

- Skal kunne anvende det skriftlige medie til at fremme organisationens forskellige mål såsom at opnå positiv omtale omkring organisationen og dens produkter samt forebygge kritiske sager gennem at påvirke offentligheden, og herunder relatere kommunikationen til organisationens kommunikationsstrategi og – politik
- Se sammenhængen mellem den konkrete problemstilling og valget af metode og strategier og kunne forholde sig kritisk til valgte midler, kanaler og strategier
- Udvælge det rigtige skriftlige medie til et specifikt formål og kende dets styrker og begrænsninger indenfor rammen

Indhold

- Relevante begreber, metoder, modeller inden for skriftlig kommunikation generelt
- Journalistisk skrivning og målgruppeorientering
- Brug af det skriftlige medie til understøtning af marketingindsatsen
- Brug af det skriftlige medie til at fremme organisationens sag i offentligheden