

Programbeskrivelse

# Årsstudium

# i kommunikasjon

Heltid

60 studiepoeng

Gyldig fra 2025

*Studiet er akkreditert av Sentralt utdanningsutvalg: 24.09.2024 (SU-sak 25/24)  
Programbeskrivelsen er godkjent i Lokalt utdanningsutvalg: 15.08.2024 (LU/CLM-sak 77/24)*

## Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Opptakskrav</b> .....	<b>4</b>
2.1. Formelle opptakskrav .....	4
<b>3. Overordnet læringsutbytte</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Studiets struktur</b> .....	<b>6</b>
4.1. Studiemodell og faglig progresjon .....	6
4.2. Studiets innhold .....	6
<b>5. Undervisnings- og vurderingsformer</b> .....	<b>8</b>
5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning .....	8
5.2 Eksamens- og vurderingsformer.....	8
<b>6. Internasjonalisering</b> .....	<b>10</b>

# 1. Innledning

Veksten og posisjonen for kommunikasjon som fagfelt har vært en vesentlig del av samfunnsutviklingen de siste 20 årene. Dette er sammenvevd med andre samfunnstrender som blant annet digitalisering og globalisering. Antallet som jobber med kommunikasjonsrelaterte yrker har økt sterk og grensene mellom fagprofesjoner som PR, markedsføring, journalistikk og innholdsproduksjon har blitt mer flytende.

Årsstudium i kommunikasjon er utviklet for å gi studenter grunnleggende kunnskaper, ferdigheter og kompetanse som er viktig i arbeidet med kommunikasjon.

Studiet utvikler studentenes forståelse for kommunikasjonens rolle i verdiskaping for virksomheter. Videre får studentene analytiske ferdigheter, teoretisk innsikt og kunnskap om ulike verktøy som brukes i kommunikasjon.

Kommunikasjonskompetanse har vokst frem som en etterspurt kompetanse. 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 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. De som underviser og veileder ved årsstudiet har lang arbeidslivserfaring, både nasjonalt og internasjonalt.

Årsstudium i kommunikasjon består av emner innen journalistikk, retorikk, markedskommunikasjon, kreative metoder og innholdsproduksjon. Emnene som studiet tilbyr, skal gi studentene en praktisk og teoretisk forankret forståelse av kommunikasjonsfaget og gi muligheter for videre studier og spesialisering. Årsstudiet er ment som en innføring i kommunikasjonsfagets ulike teoriretninger og praksisfelter. Gjennom forelesninger, veiledning, caseundervisning, og kontakt med næringslivet skal studentene få et perspektiv på hvilken betydning kommunikasjon har for bedrifter, organisasjoner og samfunnet generelt. Digitalisering, nye medievaner og hurtige samfunnsendringer endrer betingelsene for utøvelsen av kommunikasjonsfaget. Gjennom emnene som årsstudiet består av vil studentene få faglig og teoretisk innføring fra sentrale bransjeaktører tilknyttet de enkelte emnenes fagområde. Undervisningen ved programmet er praksisnær gjennom utbredt erfaringsdeling og bruk av reelle caser koplet til teori.

Kandidater fra årsstudiet i kommunikasjon har kompetanse til å jobbe som kommunikasjonsmedarbeider i offentlig og privat næring, arbeid innen PR-bransjen og informasjonsmedarbeider.

## 2. Opptakskrav

### 2.1. Formelle opptakskrav

Opptakskrav til studiet er generell studiekompetanse, delkompetanse etter 23/5-regelen eller realkompetanse. Søknad på grunnlag av realkompetanse skal gis individuell behandling, og søker må dokumentere at de innehar de kvalifikasjonene som gjør at de har kompetanse til å gjennomføre studiet. Det henvises til Forskrift om opptak til høyere utdanning og Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høyskolen Kristiania for mer informasjon.

### 3. Overordnet læringsutbytte

Overordnet læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre ved fullført studium. Det forventede læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse. De ulike emnene vil ha egne læringsutbytter som skal bygge opp under studiets overordnede læringsutbytte.

#### **Kunnskap**

Studenten ...

- Har kunnskap om ulike fagtradisjoner innenfor kommunikasjonsfaget som journalistikk, retorikk, markedsføring og PR.
- Har kjennskap til forskningsfronten innenfor kommunikasjonsfaget og kan koble dette til sin egen rolle som fagutøver
- Kjenner til hvordan kunnskap, forståelse og trender utvikler seg innen kommunikasjonsfaget, og kan benytte denne kunnskapen til å holde seg faglig oppdatert
- Har innsikt i mediens rolle i moderne demokratier og etiske utfordringer innen markedsføring og PR-faget

#### **Ferdigheter**

Studenten ...

- Kan anvende grunnleggende journalistiske ferdigheter og kan produsere kommunikasjonsmateriale til interne og eksterne kanaler
- Kan bidra til aktuelle diskusjoner om kommunikasjonsfagets utvikling og vurdere egne tekster og kommunikasjonsbidrag basert på tilbakemelding
- Kan finne, vurdere og henvise til kompleks informasjon fra ulike kilder, og benytte dette i sitt kommunikasjonsarbeid
- Kan gjennomføre ulike typer analyser og bruke disse som grunnlag til å utarbeide praktiske kommunikasjonsiltak

#### **Generell kompetanse**

Studenten ...

- Kjenner til grunnleggende presseetikk, samt etiske retningslinjer for markedsføring og kommunikasjonsarbeid
- Kan gjennomføre og planlegge enkle journalistiske prosjekter og strategiske kommunikasjonsiltak i tråd med yrkesetiske retningslinjer
- Kan grunnleggende tale- og debatteknikk, og er i stand til å kommunisere ulike problemstillinger både skriftlig og muntlig til definerte målgrupper

- Er i stand til å reflektere kritisk rundt fag og yrkesetiske problemstillinger. Spesielt rundt hvordan kommunikasjonsfaget påvirker maktforholdene og demokratisk utvikling i et samfunn.
- Kjenner til nytenkning og innovasjon i kommunikasjonsbransjen, og hvordan fremveksten av nye digitale kanaler endrer betingelsene for kommunikasjonsarbeid

## 4. Studiets struktur

### 4.1. Studiemodell og faglig progresjon

Årsstudium i kommunikasjon er et ettårig studium som totalt teller 60 studiepoeng, hvorav alle emner er obligatoriske og gjennomføres etter fast progresjon.

Semester	Årsstudium i kommunikasjon	
1. semester	<b>Journalistikk 1 - Innføring i journalistikk</b> 15 sp	<b>Digital innholdsutvikling</b> 15 sp
2. semester	<b>Kreativ skrivning og kreativ metode</b> 15 sp	<b>Markedskommunikasjon og retorikk</b> 15 sp

### 4.2. Studiets innhold

Under følger en mer utfyllende oversikt over de ulike emnene. For ytterligere informasjon se emnebeskrivelsene. Årsstudiet består av fire emner som bygger på hverandre. Programmets første emne gir studentene en grunnleggende innføring i journalistikk og journalistiske metoder. Emnet er praktisk orientert, og studentene vil få erfaring med å skrive journalistiske tekster. Digital kompetanse er en sentral del av studiet og emnet Digital innholdsutvikling gir grunnleggende innføring i digitale plattformer og - verktøy. I studiets andre semester vil studentene få innføring i kreativ skrivning og –metoder og hvordan velge metode til bruk for ulike målgrupper. Studiets siste emne, Markedskommunikasjon og retorikk, tar kommunikasjonens strategiske rolle fra individet til storsamfunnet, og går dypere inn i klassiske kunnskaper om overbevisning.

Emne	Sp	Beskrivelse
Journalistikk 1 - Innføring i journalistikk	15	Emnet er en grunnleggende innføring i journalistikk, hvor målet er å gi studenter forståelse for hvordan journalister arbeider, hvilken rolle journalisten har i et demokratisk samfunn og hva som ligger til grunn for journalistiske prioriteringer. Forholdet til kilder vil også ha en sentral plass i kurset. Kurset gir et innblikk i de ulike journalistiske sjangrene, men fokuset vil i første rekke være på nyhetsjournalistikk. Studentene skal få en innføring i praktisk nyhetsjournalistikk og prøve seg på å gjøre nyhetsartikler og nyhetsreportasjer. Det legges vekt på at studentene skal jobbe aktivt med reelle saker og bruke ulike journalistiske metoder. I tillegg står kildekritikk og etiske problemstillinger knyttet til utøvelsen av denne sentralt i emnet. Studentene får også innføring i krise- og ulykkesjournalistikk.
Digital innholdsutvikling	15	Digital innholdsutvikling er ment å gi en grunnleggende innføring i digitale verktøy og presentasjonsplattformer. Emnet er utformet for å gi relevans både til journalistikk, kreativ markedsføring samt PR og kommunikasjon. Emnet skal gi studentene trygghet i å bruke digitale hjelpemidler både slik at de kan levere avsluttede arbeider i emnet, men også gi en kompetanse for bruk videre i studiet. Emnet kombinerer teori med praktisk forståelse. Studentene arbeider både selvstendig og i grupper som fungerer som produksjonsteam. Å kunne produsere innhold for digitale plattformer innebærer at man må beherske både tekniske og dramaturgiske virkemidler. De ulike publiseringskanalene omfatter eksempelvis tekst, layout, foto, video, lyd og nettside. Et viktig mål med emnet er at studenten skal bli kjent med de grunnleggende trekkene med de ulike plattformene for å kunne tilpasse innhold og budskap til disse. I dette ligger også forståelse av de ulike målgruppene for budskapet.
Kreativ skrivning og kreativ metode	15	Emnet gir en innføring i kreative prosesser, kreativ metodebruk og ulike modeller og perspektiver på området, relatert til person, gruppe og organisasjon. Emnet gir studenten kompetanse i å løse problemstillinger ved bruk av kreative metoder og kunne tilpasse metodebruk avhengig av case og disiplin. Emnet oppøver evnen til å arbeide kreativt i grupper og reflektere over eget kreativt arbeid i lys av praksis og teori. Skrivdelen av emnet handler om den betydning språket har i kommunikasjonen og hvordan vi kan utvikle et levende og kreativt språk. Sentrale temaer vil være innføring i lingvistisk og litteraturvitenskapelig teori, skriveteknikker, dramaturgi og historiefortelling.
Markedskommunikasjon og retorikk	15	I emnet Markedskommunikasjon og retorikk forklares markedskommunikasjon som et språklig uttrykk og bidrag til en mening, både systematisk forming av mening ut mot storsamfunnet, og som metode for å overbevise enkeltpersoner og mindre grupper. Faget vil derfor gi innsikt og kunnskap om hvordan man strategisk og systematisk bygger bro mot det samfunnet man er en del av, og klassisk kunnskap om hva overbevisning består av. Budskapet forstås ikke nødvendigvis kun i et lineært perspektiv, men ett hvor mottakers kontekstbaserte dekoding er avgjørende. Markedskommunikasjonens effektivitet er avhengig av språkets evne til å engasjere, involvere og påvirke. Retorikken – kunsten å overbevise - blir dermed kjernen i all markedskommunikasjon.  Emnet fokuserer på hvordan bedrifter og organisasjoner kommuniserer med interne og eksterne kunder og interessenter i den hensikt å realisere forretningsmessige og strategiske mål. Emnet inkluderer også virksomhetskommunikasjon som inkluderer kommunikasjonsformer som PR, krisekommunikasjon og intern kommunikasjon. Innen området markedskommunikasjon utgjør merkevarebygging et eget fagfelt, noe emnet reflekterer.

## 5. Undervisnings- og vurderingsformer

### 5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Årsstudium i kommunikasjon er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2. De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde i kunnskaper og ferdigheter og generelle kompetanser som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen. Arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes, og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnets bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høyskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høyskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for og fasilitere studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor påregne en betydelig egeninnsats. De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter ved Årsstudium i kommunikasjon er beskrevet i det følgende:

- Forelesning/formidling, instruksjon, ikke-spesifisert veiledning og annen lærerledet aktivitet
- Faglige diskusjoner
- Caseoppgaver
- Prosjektoppgaver
- Bedriftspresentasjoner

For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer og digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett). Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov. I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

### 5.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen



kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende feedback eller som en karakter (eksamen).

Ved Høyskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering som læring, vurdering for læring og vurdering av læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens formålet varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes – med andre ord eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved Årsstudium i kommunikasjon vil studentene kunne møte følgende eksamensformer:

- Muntlig eksamen
- Multiple Choice
- Hjemmeeksamen
- Mappeeksamen

Ved enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen- Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis. En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

## 6. Internasjonalisering

Årsstudiet i kommunikasjon er satt i en internasjonal kontekst og eksponerer studentene for ulike perspektiver på kommunikasjonsfaget. Fagmiljøet i studiet har en internasjonal profil. Flere i fagmiljøet har tatt deler av eller hele sin utdanning ved utenlandske institusjoner, og jobbet mange år i utlandet. Underviserne har et aktivt internasjonalt nettverk, og flere er tilknyttet undervisningsinstitusjoner i Europa, samt bidrar i internasjonale forskningsprosjekter. En del av pensumlitteraturen vil være på engelsk og dermed tuftet på internasjonal forskningslitteratur og perspektiver.

Emnebeskrivelsene gir mer informasjon om de spesifikke ordningene for internasjonalisering på programmet.