

Studieplan for Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon (2013–2016)

Fakta om programmet

Studiepoeng: 180

Studiets varighet: 3 år

Undervisningsspråk: Se den enkelte emnebeskrivelse

Stuedsted: Halden

Kontakt

Studieveileder: Karin Helene Anker Rasch

Telefon: +47 696 08 138

E-post: studier@hiof.no

Studieprogramansvarlig

Fakultet for informasjonsteknologi, ingeniørfag og økonomi

Innholdsfortegnelse

- Hva lærer du?
- Opptak
- Oppbygging og gjennomføring
- Jobb og videre studier
- Studieplanen er godkjent og revidert
- Studiemodell

Hva lærer du?

Grad/tittel ved bestått studium

Fullført og bestått utdanning gir rett til tittelen Bachelor i internasjonal kommunikasjon.

Studiets læringsutbytte

Kunnskap

Kandidaten har kunnskaper om og innsikt i

- kommunikasjonsteori og analysemetoder
- kommunikasjonsprosesser i organisasjons- og næringsliv
- fagspråklig kommunikasjon, strategisk kommunikasjon og PR
- interkulturell kommunikasjon
- internasjonale medier
- informasjonskilder og databaser og kvalitetssikring av informasjon
- betydningen av sosiale medier

Ferdigheter

Kandidaten har

- gode kommunikative ferdigheter i hovedspråkene engelsk og norsk
- ferdigheter i å løse kommunikative oppgaver i en arbeidssituasjon, med særlig vekt på en internasjonal kontekst
- ferdigheter i å arbeide med prosjekter
- trening i digital kommunikasjon
- trening i praktiske arbeidsoppgaver i bedrifter/organisasjoner
- grunnleggende ferdigheter i tysk, fransk eller spansk hvis disse språkene velges som valgemne - trening i å utføre systematiske søk etter faglig og relevant informasjon og anvende ulike kriterier for kvalitetssikring av informasjon
- trening i akademisk skriving
- trening i retorisk påvirkning og argumentasjon

Generell kompetanse

Kandidaten har

- tverrkulturell kompetanse og forståelse for andre kulturer
- retorisk kompetanse
- utviklet etiske og kritiske perspektiver på rollen som kommunikatør
- oversikt over ulike informasjonsressurser innen sitt fagfelt og kan gjøre kritiske vurderinger av informasjon og informasjonskilder
- kompetanse i skriftlig og muntlig kommunikasjon på norsk og engelsk i både akademisk og PR-sammenheng

Opptak

Generell studiekompetanse eller realkompetanse.

Om fransk, spansk eller tysk velges som valgemne, bør studenten ha forkunnskaper tilsvarende nivå II/nivå I (tidligere B-/C-språk) fra videregående skole.

Oppbygging og gjennomføring

Studiets oppbygging og innhold

- 100 studiepoeng er obligatoriske emner.
- 50 studiepoeng er valgfrie emner innenfor studiets hovedområder, hvorav 30 studiepoeng tas ved et av partneruniversitetene i et engelskspråklig land.
- 30 studiepoeng utgjøres av profilering med bacheloroppgave i siste semester.

De valgfrie emnene som tilbys ved HiØ, er fremmedspråk, internasjonal markedsføring, organisasjonsteori, samfunnsvitenskapelig forskningsmetode, kulturmøter og digital kommunikasjon 2.

Studiets to faglige hovedområder er kommunikasjon og samfunnsfag. Kommunikasjonsemnene utgjør minimum 110 studiepoeng.

Det tilbys følgende profileringer i siste semester:

- Bacheloroppgave med praksisopphold, informasjon og samfunnskontakt
- Bacheloroppgave Norge i europeisk perspektiv

Progresjon

Det legges opp til god progresjon gjennom hele studieløpet som avsluttes med en større bacheloroppgave (30 studiepoeng).

Organisering og læringsformer

I 3. studieår kan studentene velge et bispråk: fransk, spansk eller tysk. Undervisningen i bispråket bygger på forkunnskaper tilsvarende nivå 2/nivå 1 (tidligere B-/C-språk) fra videregående skole. Det tas forbehold om tilstrekkelig antall deltakere for at bispråksundervisningen settes i gang. Studenter som ikke ønsker å ta et bispråk, velger emner innenfor økonomi og statsvitenskap, f.eks. Organisasjonsteori, International Marketing eller Samfunnsvitenskapelig forskningsmetode. De kan også velge et veiledet emne: Kulturmøter.

Undervisningsspråk

De enkelte emnene undervises på forskjellige språk: norsk, engelsk, fransk, spansk eller tysk. Se mer informasjon i den enkelte emnebeskrivelse.

Læringsformer

Studiet er interaktivt med stor studentaktivitet og bruk av grupper, oppgaver, muntlige presentasjoner, prosjekter og arbeidspraksis.

Krav om samfunnsforståelse

Fordi det stilles krav til at kommunikatører har god kjennskap til samfunnet rundt seg - politikk, næringsliv med mer - forventes det at studentene følger godt med i mediebildet.

Bruk av bibliotek

Biblioteket bidrar til å utvikle studentenes informasjonskompetanse, det vil si evnen til å søke etter, finne, evaluere og bruke relevant og faglig informasjon. I tillegg til personlig service, får studentene tilbud om bibliotekundervisning, der målet er at de skal kunne søke i norske informasjonskilder, ha kjennskap til internasjonale databaser og kunne vurdere kvalitet på informasjon. Det vil også bli undervist i referanseteknikk. Omfang og forventet læringsutbytte av biblioteksundervisning finner man under de aktuelle emnebeskrivelsene, knyttet til emnets kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse.

Akademisk skriving

Studentene får systematisk opplæring og trening i akademisk skriving. Denne opplæringen er en del av emnene *Tekst og medier* og *Virksomhetskommunikasjon I* i første semester og *Virksomhetskommunikasjon II* i andre semester.

Likestillingsaspekt

Både ved utvalg av pensumlitteratur og ved bruk av case og eksempler søker vi å iverksette likestillingsaspektet på beste måte. I alle emnene blir det lagt vekt på å formidle et perspektiv som bygger på forståelse av etnisk og kulturelt mangfold.

Praksis

Studenter som velger profileringen Bacheloroppgave med praksisopphold, Informasjon og samfunnskontakt, har i vårsemesteret tredje studieår (6. semester) praksis i en bedrift eller organisasjon.

Forsknings- og utviklingsarbeid

Undervisning og veiledning i studiet skal være forskningsbasert, knyttet til utviklingsarbeid i privat og offentlig virksomhet, og gi oppdatert og bred kunnskap.

Studentene skal få innsikt i nyere utviklingstrekk i fagområdet, de skal få kildekompetanse, og bli øvd i kritisk tenkning.

Internasjonalisering

I studiet inngår et obligatorisk utenlandsopphold i 4. semester ved et partneruniversitet i et engelskspråklig land. Utenlandsoppholdet forutsetter at studenten har fullført minimum 60 studiepoeng og at de faglige resultatene er tilfredsstillende i forhold til kravene fra partnerinstitusjonene. De fleste krever et karaktergjennomsnitt på C, og E godtas normalt ikke.

I spesielle tilfeller, og etter søknad, kan det gis dispensasjon fra kravet om utenlandsopphold. Dette gjelder også om de faglige resultatene ikke er tilstrekkelige for opptak ved utenlandsk partnerinstitusjon. Utenlandsoppholdet må i så fall erstattes med emner av tilsvarende omfang. Emnene må forhåndsgodkjennes.

Evaluering av studiet

For å kunne tilby en aktuell og relevant utdanning av god kvalitet er vi avhengig av studentenes tilbakemeldinger og at studentene deltar i evaluering av studiene. Dette studieprogrammet blir jevnlig evaluert for å sikre og utvikle kvaliteten i programmet:

HiØs studiekvalitetsutvalg gjennomfører årlig en evaluering av studiekvaliteten ved et utvalg av høgskolens studieprogrammer (kalt EVA2). Det enkelte fagmiljø har ansvar for å etablere faste og allment kjente evalueringsrutiner på emnenivå (kalt EVA3). Se emnebeskrivelser for detaljer.

Tilbakemelding underveis

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon benytter både tilbakemelding på arbeidskrav og sluttevaluering. Vurderingsformene sikrer at studentene får tilbakemelding om faglig fremgang og blir fulgt kontinuerlig opp i løpet av studiet.

Vurdering

Det benyttes ulike vurderingsformer i studiet: skriftlig eksamen, muntlig eksamen, prosjektrapport og mappevurdering. I emnebeskrivelsene er det presisert hvilke arbeidskrav som må være oppfylt før kandidaten kan fremstille seg til eksamen, og hvilken eksamensform det enkelte emne benytter.

Det brukes en karakterskala med fem trinn fra A til F, der A er beste beståtte karakter, E er dårligst beståtte karakter, og F betyr ikke bestått.

Det vises også til HiØs forskrifter og reglementer for eksamen.

Litteratur

Se emnebeskrivelsene.

Jobb og videre studier

Studiet er beregnet på studenter som er interessert i å arbeide med kommunikasjon på norsk og engelsk i internasjonalt orienterte bedrifter og organisasjoner. Ved avsluttet studium er studentene kvalifisert for arbeid som kommunikasjonsmedarbeider, særskilt med internasjonale og tverrkulturelle kommunikasjonsoppgaver i næringsliv, organisasjoner og offentlig sektor.

Studieplanen er godkjent og revidert

Studieplanen er godkjent

konstituert dekan Theo Schewe, 11.06.2009

Studieplanen er revidert

studieleder Sverre Vesterhus, 08.04.2013

Studieplanen gjelder for

Studieplanen gjelder for perioden 2013-2016

Studiemodell

Denne studiemodellen har en ny utforming. [Fortell oss hva du synes om den](#)

Høst 2013

Obligatoriske emner

Obligatoriske emner.

SFB50608 Digital kommunikasjon og kommunikasjonsteori	10 stp
SFB50710 Tekst og medier	10 stp
SFB51009 Virksomhetskommunikasjon I	10 stp

Vår 2014

Obligatoriske emner

Obligatoriske emner.

SFB50306 EU-kunnskap	10 stp
SFB50406 Interkulturell kommunikasjon	10 stp
SFB51109 Virksomhetskommunikasjon II	10 stp

Høst 2014

Obligatoriske emner

Obligatoriske emner.

SFB50514 Corporate Communication	10 stp
SFBE51114 Introduction to Marketing	10 stp
SFB50814 Marketing Communication	10 stp

Høst 2015


Obligatoriske emner

Obligatoriske emner.

SFB52214 PR og kommunikasjon	10 stp
---------------------------------	--------

Valgemner Internasjonal kommunikasjon. 20 stp i 5 semester

Det skal velges 20 studiepoeng valgemner i 5. semester

SSP10010 Spansk språk 1	15 stp
SFF10310 · Del 1 av 2 Fransk muntlig språkferdighet	
SFT11008 Tysk: Muntlig tysk med digitale verktøy	10 stp
SFB13009 Kultur møter I	10 stp
SFB11514 International Marketing	10 stp
SFS10109 Politisk teori, grunnlagsproblemer og demokratiteori  Emneside mangler	15 stp
SFS10207 Samfunnsvitenskapelig forskningsmetode	15 stp
SFB50912 Digital kommunikasjon II	10 stp
SFB24011 Kultur møter II	15 stp

Vår 2016

Obligatoriske emner

Obligatoriske emner.

SFB52414

Bacheloroppgave med arbeidspraksis eller bedriftsprosjekt

30 stp

Valgemner Internasjonal kommunikasjon. 20 stp i 5 semester

Det skal velges 20 studiepoeng valgemner i 5. semester

SFF10310 · Del 2 av 2

Fransk muntlig språkferdighet

15 stp

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 03:02:11

Emner som ikke er tatt med

Emnesiden finne ikke

– SFS10109 2015h

SFB50608 Digital kommunikasjon og kommunikasjonsteori (Høst 2013)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: André Avias

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Profileringsemne i bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering: internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 1. semester (høst).

Profileringsemne i bachelorstudiet i økonomi og administrasjon: 5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Studentene har kunnskaper om og innsikt i forskjellige former for kommunikasjon,

De har grunnleggende begrepsforståelse og forståelse for forskjellige kommunikasjonskonvensjoner i ulike kulturelle sammenhenger.

De har dessuten gode kunnskaper om ulike aspekter ved bruk og utvikling av digitale plattformer og kommunikasjonsformater og deres plass og funksjon i all kommunikasjon i organisasjoner.

FERDIGHETER

Studentene er i stand til å analysere kommunikasjonssituasjoner og tekster i ulike sammenhenger (arbeidsliv, organisasjoner osv.)

De har grunnleggende ferdigheter i bruk av digitale kommunikasjonsteknikker, IKT-verktøy og utvikling av nettsteder.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har innsikt i rammebetingelser for kommunikasjon i ulike kontekster og kulturelle sammenhenger.

De har generell kompetanse i bruk av IKT-verktøy og -teknikker.

Innhold

- Innføring i sentrale begreper og grunnleggende kategorier i kommunikasjon, genrer og nettsider
- Innføring i rammebetingelser for kommunikasjon med vekt på kommunikasjon i organisasjoner og næringsliv i ulike kulturelle sammenhenger.
- Innføring i bruk av digitale kommunikasjonsteknikker og IKT-verktøy, f.eks. bruk av dataprogrammer, utvikle et nettsted, bruke blogg osv.

Undervisnings- og læringsformer

Forelesninger, caseøvelser, gruppearbeid og individuelle IKT-oppgaver. Undervisningsspråk er norsk.

Det forutsettes aktiv deltakelse av studentene i timene i forbindelse med regelmessig oppgaveløsning.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- To godkjente muntlige presentasjoner
- Ett individuelt digitalt prosjekt, inklusiv en skriftlig rapport

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen, fire timer. Karakterskala A - F. Ingen hjelpemidler.

Evaluerings av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Det tas forbehold om endringer før studiestart.

Jan Svennevig (2009): *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. 2. utg. Cappelen akademisk forl..

Nina Furu (2006): *Webkommunikasjon*. 2. utg. Ij-forlaget/Høyskoleforlaget.

Kompendier (siste utgave), tilrettelagt av A. Avias og J. Eschenbach.

Materiale utdelt i undervisningen.

SFB50710 Tekst og medier (Høst 2013)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Bjørg Hellum

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne for bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

1. semester (høst)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Studentene har god innsikt i forskjellene mellom de tre modellene for tekstopbygging: den klassiske/akademiske modellen, den journalistiske modellen og den dramatiske modellen.

De har forståelse for hvordan mediene arbeider og hvilke relasjoner som eksisterer mellom massemedia og organisasjonene.

De har kunnskap om hvordan sosiale medier benyttes i PR og markedsføring og betydningen av film/video og historiefortelling i dagens og fremtidens PR-virksomhet.

Studentene har tilegnet seg en analysemodell for sammensatte tekster.

FERDIGHETER

Studentene har god skriftlig og muntlig fremstillingsevne på norsk, noe som er en forutsetning for ansettelse som kommunikasjonsmedarbeider i en norsk/norskbasert virksomhet.

Studentene har fått god trening i å skrive på norsk etter den akademiske såvel som etter den journalistiske og dramatiske modellen.

De har også trening i å analysere sammensatte tekster.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har generell kompetanse i å formidle stoff skriftlig på en hensiktsmessig og analytisk måte, og de har utviklet en etisk og kritisk holdning til de forskjellige kommunikasjonsoppgavene.

De har dessuten forbedret sine norskerdigheter generelt.

Innhold

Ferdighetstrening og tekstproduksjon. Viktige temaer er:

Mottakeranalyse, analyse av sammensatte tekster, forskjellige teksttyper (sjangre) og modeller for tekstopbygging.

Kunnskap om og trening i god og korrekt skriving på norsk.

Grunnleggende kunnskap om mediens betydning og forholdet mellom media og organisasjonene.

Sosiale medier og historiefortelling via film/videoer er viktige aspekter.

Undervisnings- og læringsformer

Emnet er organisert både med forelesninger, oppgaveløsning og skrivetrening. Studentene arbeider individuelt og i grupper. Mye av skrivetreningen og analysene skjer i den timeplanlagte tiden. I tillegg gis et antall innleveringsoppgaver.

Arbeidsomfang

ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Biblioteksundervisning med en skriftlig oppgave

Fire skriftlige innleveringer

Arbeidene utføres individuelt. Oppgaver og innleveringsfrister angis i semesterplanen. Arbeidskravene må være levert til fastsatt tid og godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen. Hvis arbeidet ikke vurderes som godkjent, får studenten en ny frist for innlevering av en forbedret utgave.

Oppgaver som skal leveres inn som mappebidrag til eksamen må være nye oppgaver, dvs. at studenten ikke kan benytte samme tekster til mappevurderingen. Se vurdering for mer informasjon.

Eksamen

Individuell mappevurdering

Mappen består av to tekster av nærmere angitt teksttype.

Karakter gis på skala A-F. Hvis mappen underkjennes, får studenten anledning til å levere en forbedret utgave ved ny eksamen.

Ved forbedring av karakter må kandidaten levere ny mappe ved ny regulær eksamen.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Det tas forbehold om endringer før studiestart.

Rognsaa, Aage (2004), *Kunsten å skrive godt*. Oslo: Universitetsforlaget. 234 s.

Vestad, Jon Peder & Bjarte Alme (2002), *Mediespråk*. Oslo: Det Norske Samlaget.

Hellum, Bjørg (2013), *Analyse av multimediale tekster. En holistisk modell*.

Oslo: Spartacus

Forelesninger og annet materiale som legges ut på læringsplattformen.

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:02

SFB51009 Virksomhetskommunikasjon I (Høst 2013)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Studiested: Halden

Emneansvarlig: Eva Lambertsson Björk

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Profileringsemne i bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering: internasjonal kommunikasjon.

Valgfritt emne i bachelorstudiet i informasjonssystemer.

Undervisningssemester

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 1. semester (høst).

Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering: internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).

Bachelorstudiet i informasjonssystemer: 5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Studentene har kunnskaper om kommunikasjonsstrategier og konvensjoner for formverk og stil.

De har innsikt i hvordan det engelske språket er oppbygd og i sammenhengen mellom grammatisk struktur og kommunikativ funksjon.

FERDIGHETER

Studentene har gode ferdigheter i skriftlig og muntlig engelsk.

I den muntlige delen av emnet har de utviklet ferdigheter som er relevante for arbeidslivet, så som høflig samtale, telefonsamtaler og muntlige presentasjoner.

I den skriftlige delen har studentene utviklet evnen til å uttrykke seg klart og effektivt.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har god generell kommunikasjonskompetanse og har utviklet sin sosiale kompetanse.

Innhold

I den muntlige delen av emnet legges det vekt på ferdighetstrening i tillegg til at studentene vil få innblikk i forskjellige former for muntlig kommunikasjon, blant annet informative og 'selgende' presentasjoner. Siden det er viktig å sette virksomhetskommunikasjon i en kulturell sammenheng, vil emnet også inneholde eksempler på moderne engelskspråklige litteratur. I gruppetimene vil studentene øve mye på å presentere. En del av tiden vil også bli benyttet til casestudier og diskusjon av litteraturpensumet med vekt på argumentasjon og problemløsning.

I den skriftlige delen av emnet vil studentene få innblikk i forskjellige former for skriftlig engelsk og i relevant terminologi. Studentene vil også få en innføring i generell tekstproduksjon og språklige strukturer (inkludert enkel syntaktisk analyse). Viktige stikkord er tekststruktur, koherens, stilnivå og hensynet til leseren. Studentene vil også få innføring i kritisk bruk av kilder og i referanseteknikk.

Undervisnings- og læringsformer

Forelesninger og grupper. Undervisningsspråk er engelsk.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- To muntlige presentasjoner
- Det forutsettes minst 80% fremmøte i den muntlige delen for å kunne fremstille seg til eksamen. Studenter som ikke har anledning til å oppfylle kravet om obligatorisk tilstedeværelse må sende begrunnet søknad om fritak.

Arbeidskravene må være godkjent til fastsatt tid før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Mappevurdering og muntlig eksamen.

Eksamen består av en mappe med en skriftlig individuell innleveringsoppgave og en individuell, muntlig eksamen (ca. 25 minutter). Ingen hjelpemidler til muntlig eksamen.

Både skriftlig og muntlig eksamen må være bestått for å få karakter i emnet. Muntlig eksamen kan justere skriftlig karakter med inntil to trinn på karakterskalen A - F. Kandidaten får anledning til å levere forbedret utgave ved ny eksamen.

Ved forbedring av karakter kan kandidaten levere forbedret utgave av den skriftlige oppgaven samt gå opp til ny muntlig eksamen.

Klageadgang: ved klage på sensur skal det skriftlige arbeidet vurderes på nytt. Ved eventuell endring av karakter, skal det arrangeres ny muntlig eksamen, jfr. Forskrift om eksamen og studierett ved Høgskolen i Østfold, §18, pkt 4.'

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Det tas forbehold om endringer før studiestart.

Locker, K. & S. Kaczmarek (2010). *Business Communication: Building Critical Skills*. 5th ed. . Boston: McGraw-Hill Irwin.

Elton, B. (2002). *Dead Famous*. London: Black Swan.

Alt materiale som blir lagt ut på læringsplattformen.

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:03

SFB50306 EU-kunnskap (Vår 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Jacky Billeau

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Valgfritt emne i bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur.

Undervisningssemester

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 2. semester (vår).

Bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur: 4. eller 6. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Studentene har grunnleggende kunnskaper om EUs oppbygging og hvordan den Europeiske Union fungerer.

FERDIGHETER

Studentene er i stand til å presentere og diskutere sentrale problemstillinger knyttet til EUs virksomhet.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har fått generell politisk, økonomisk og kulturell innsikt i ulike lands forhold til EU.

Innhold

EUs institusjoner, samspillet mellom disse, hvordan lover og regler blir til, forholdet mellom EU og medlemslandene, Norge og EU.

Undervisnings- og læringsformer

Emnet blir introdusert via forelesning om den historiske utvikling; hvorfor og hvordan den europeiske konstruksjon ble til. Deretter blir undervisningen lagt opp i form av seminar med gruppe- og individuell veiledning. Forelesningene og seminaret vil foregå på norsk mens dokumentasjonen samt alle EUs grunnleggende dokumenter som blir lagt til grunn for seminaret, er tilgjengelige på alle av EUs offisielle språk. Internett vil bli brukt aktivt i undervisningsopplegget.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

En skriftlig innlevering (ca 1. side).

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen, fire timer.

Ingen hjelpemidler tillatt.

Karakterskala A-F.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Dag Harald Claes og Tor Egil Førland: *EU - Mellomstatlig samarbeid og politisk system*, Gyldendal Akademisk Forlag, 3. utg., 2010.

Øvrig litteratur, dokumenter og nettsadresser vil bli gitt av faglæreren og lagt ut på læringsplattformen.

SFB50406 Interkulturell kommunikasjon (Vår 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Jutta Eschenbach

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Praksis
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Profileringsemne i bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering: internasjonal kommunikasjon.

Valgfritt emne i

- bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur
- bachelorstudiet i informasjonssystemer

Undervisningssemester

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 2. semester (vår).

Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering Internasjonal kommunikasjon: 6. semester (vår)

Bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur: 4. eller 6. semester (vår).

Bachelorstudiet i informasjonssystemer, studieretning IT-ledelse: 4. eller 6. semester (vår).

Bachelorstudiet i informasjonssystemer, studieretning webutvikling: 4. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Studentene har kunnskaper om og innsikt i noen av de aspekter ved språk og kultur som kan påvirke kommunikasjon mellom mennesker fra forskjellige kulturer (for eksempel ikke-verbal kommunikasjon, språkfunksjoner, kontekst, fordommer, stereotyper, verdensbilde, verdier, normer og etikk).

FERDIGHETER

Studentene har utviklet evne til å sammenligne sin egen kultur med andre kulturer og identifisere potensielle årsaker hvis kommunikasjonen ikke fungerer så godt.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har utviklet generell interkulturell kompetanse.

Innhold

- Elementær sosialantropologi
- Andre relevante emner innenfor fagområdet interkulturell kommunikasjon
- Teorier om hvordan man kan sammenligne kulturer
- Analyse av kommunikasjonssituasjoner ved hjelp av forskjellige teorier

Undervisnings- og læringsformer

Forelesninger og grupper. Undervisningen foregår på engelsk.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Praksis

Ingen praksis knyttet til emnet.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

For å kunne fremstille seg til eksamen må studentene, til avtalt tid, ha holdt én muntlig presentasjon og levert ett skriftlig arbeid.

Eksamen

Muntlig eksamen (ca. 30 minutter). Karakterskala A-F. Ingen hjelpemidler til eksamen.

Klageadgang: Muntlig eksamen kan ikke påklages, jfr. Forskrift om eksamen og studierett ved Høgskolen i Østfold, §18.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Samovar, L. A./Porter, R. E./McDaniel, E. R. (2010): Communication between Cultures. 7th ed. Boston, Mass.: Wadsworth/Cengage Learning.

Hofstede, Geert / Hofstede, Gert Jan / Minkov, Michael (2010): Cultures and Organizations. Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. New York: McGraw-Hill (kapitel: 1, 3-7)

Kompendium

Materiale delt ut i undervisningen

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:35

SFB51109 Virksomhetskommunikasjon II (Vår 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Eva Lambertsson Björk

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Profileringsemne i bachelorstudiet i økonomi-administrasjon, profilering: internasjonal kommunikasjon.

Videreføringsemne i bachelorstudiet i økonomi og administrasjon.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

Det anbefales forkunnskaper fra emnet *Virksomhetskommunikasjon I* (10 stp).

Undervisningssemester

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 2. semester (vår).

Bachelorstudiet i økonomi-administrasjon, profilering internasjonal kommunikasjon: 6. semester (vår).

Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, videreføringsemne: 4. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER

Gjennom den muntlige delen av emnet har studentene gode kunnskaper om forhandlingsteori og forhandlingsterminologi. Videre vil ordforråd og kommunikasjonskunnskaper ha blitt forbedret gjennom lesing, diskusjon og presentasjoner.

Gjennom den skriftlige delen av emnet har studentene tilegnet seg teoretisk innsikt i å skrive tekster i profesjonelle sammenhenger.

FERDIGHETER

Studentene har gode praktiske ferdigheter i å skrive tekster i profesjonelle sammenhenger.

De er i stand til å føre forhandlinger på engelsk.

GENERELL KOMPETANSE

Studentene har økt sin kommunikasjonskompetanse og sin generelle sosiale kompetanse.

Innhold

Den muntlige delen av emnet dekker forhandlingsstrategi og -teknikk, lesing av litteratur, og diskusjoner. Arbeidet består blant annet av casestudier og øvinger i å forhandle.

Den skriftlige delen av emnet dekker forretningstekster som rapporter, e-post, memoranda, CV og jobbsøknader. Undervisningen legger også vekt på bruken av tjenlige kommunikasjonsstrategier samt relevante strukturer, konvensjoner og terminologi.

Undervisnings- og læringsformer

Forelesninger og grupper. Undervisningsspråk er engelsk.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- En forhandling
- En skriftlig innlevering som skal leveres til fastsatt frist i løpet av semesteret
- Det forutsettes minst 80 % frammøte i den muntlige delen for å kunne fremstille seg til eksamen. Studenter som ikke har anledning til å oppfylle kravet om obligatorisk tilstedeværelse må sende begrunnet søknad om fritak.

Arbeidskravene må være godkjent til fastsatt tid før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell semesteroppgave (omfang: 7-10 sider) og muntlig eksamen (ca. 25 minutter).

Muntlig eksamen kan justere skriftlig karakter med to trinn på karakterskala A - F. Både semesteroppgave og muntlig eksamen må være bestått for å få endelig karakter i emnet. Ingen hjelpemidler tillatt til muntlig eksamen.

Ved ikke bestått skriftlig semesteroppgave får kandidaten anledning til å levere forbedret utgave ved ny eksamen.

Ved forbedring av karakter kan kandidaten levere forbedret utgave av semesteroppgaven samt gå opp til ny muntlig eksamen.

Klageadgang: ved klage på sensur skal det skriftlige arbeidet vurderes på nytt. Ved eventuell endring av karakter, skal det arrangeres ny muntlig eksamen, jfr. Forskrift om eksamen og studierett ved Høgskolen i Østfold, §18, pkt 4.'

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester; ved møte mellom tillitsvalgte studenter og koordinator og/eller studieleder.

Litteratur

Det tas forbehold om endringer innen semesterstart.

Locker, K. & S. Kaczmarek (2010). *Business Communication: Building Critical Skills*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.

Fisher, R., W. Ury & B. Patton (1997). *Getting to Yes. Negotiating an Agreement without Giving In*. London: Arrow.

En roman. Tittel oppgis ved semesterstart.

Alt materiale som legges ut på læringsplattform

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:35

SFB50514 Corporate Communication (Høst 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Fakultet for informasjonsteknologi, ingeniørfag og økonomi

Studiested: Halden

Emneansvarlig: Bjørg Hellum

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Mandatory course in Bachelor's Programme in International Communication

Specialisation course in Bachelor's Programme in Business Administration, specialisation: International Business

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

Completed first year of the bachelor's programme in International Communication, or equivalent knowledge.

Undervisningssemester

Bachelor's Programme in International Communication: 3rd semester (autumn)

Bachelor's Programme in Business Administration, specialisation International Business: 5th semester (autumn)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KNOWLEDGE

The candidates are familiar with the interrelation between organisations and their environments, and the importance of building relations with all stakeholder groups. Further, they have become familiar with the importance of planned and coordinated communication for building internal and external reputation, and know that organisational culture, common values and the identity perception of employees are key success factors. The candidates will have acquired basic knowledge and understanding of communication as a management strategy in private and public organisations.

SKILLS

The candidates are trained in collecting empirical data and using theory to write a larger academic assignment (case study). They are trained in academic writing and correct use of sources.

GENERAL COMPETENCE

The candidates understand the importance of strategic communication and are trained in documenting this in correct academic written form.

Innhold

Organisation identity and corporate identity

- Corporate branding
- Image and reputation management
- Stakeholder relations
- Corporate social responsibility (CSR)
- Issues management and crisis communication

Undervisnings- og læringsformer

The course is organised in two parts. The first half of the semester is a taught course with lectures, exercises and discussions.

In the second half of the semester the students carry out a supervised case study. The case study/project is group work with two or three students in each project group.

The language used in the course is English and the required reading is in English. The case study report is written in English.

Arbeidsomfang

The course will give the student approximately 280 hours of work.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- One group discussion related to the course syllabus, submitted in writing at mid-term
- Two scheduled tutorials per project group in the second part of the semester

The coursework must be approved before signing up for the final exam.

Eksamen

Group project

A case study is performed in groups in the second half of the semester being documented in a written final report of 12-15 pages (approx. 5,000 words). The case study takes its starting point in concrete organisations or cases related to one of the issues taught in the course.

The report is assessed on the A-F grading scale. The grade is awarded to the group, not individually.

In the case of fail the students may submit an improved report.

If students wish to improve their grade, a new report will have to be submitted at the next regular exam. All group members must sign the exam registration.

Evaluering av emnet

The course is evaluated by the students twice each semester. The result of the evaluation is reported to the faculty's committee for study quality.

Litteratur

Cornelissen, Joep (2011). *Corporate Communication: A guide to theory and practice*. London: SAGE Publications. 272 pages.

Lectures and other course material published on the learning platform

SFBE51114 Introduction to Marketing (Høst 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Studiested: Halden.

Emneansvarlig: Kerstin Ellinor Torsein

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Mandatory course in Bachelor's Programme in International Communication.

Undervisningssemester

Bachelor in International Communication: 3rd semester (autumn)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Knowledge

At completion of the course the students have been introduced to strategic marketing and marketing planning. They will also have developed an awareness of social responsibility and ethics in the field of marketing.

Skills

The students have learnt to apply process tools for marketing management directed at different markets and customer groups. They will have practised decision-making and problem solving in strategic marketing planning.

General competence

The students have basic knowledge of and skills in marketing.

Innhold

The planning process in strategic marketing:

- The vision and strategic goals of the firm
- SWOT analysis
- Analysis of market potential
- Market segmentation
- Choice of marketing strategy
- Positioning and relation building

The marketing mix:

- Product
- Price
- Distribution
- Communication

Other subjects:

- Social responsibility and marketing ethics
- Marketing for nonprofit organizations
- E-marketing
- Marketing on the consumer and business markets
- Service marketing
- Market research

Undervisnings- og læringsformer

Lectures, group work and tutorials. The course is taught in English.

Arbeidsomfang

The course will give the student approximately 280 hours of work.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

A written assignment (group work) must be completed and approved before signing up for the final exam.

Eksamen

A 4-hour individual written examination.

Aids allowed: Mother tongue - English dictionary.

The students may answer either in English or Norwegian. Grades: A-F.

Evaluering av emnet

The course is evaluated by the students twice each semester and the evaluation is treated by the faculty committee for study quality.

Litteratur

Litteraturen oppdatert 13. May 2014.

Obligatory:

Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan (2012). Marketing: An Introduction, , Financial Times Prentice Hall; 2nd Revised edition or latest adition. 640 s.

Material handed out and posted at Fronter during the course.

Supplementary:

Carson, Siri Granum & Norunn Kosberg (2003), *Etisk forretning. Bedriftens samfunnsansvar*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag. 180 pages.

A reading list with suggestions about what to read for the assignment and as supplementary literature for the exam will be made available via Fronter.

SFB50814 Marketing Communication (Høst 2014)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Bjørg Hellum

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Mandatory course in the Bachelor's Programme in International Communication

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

The course builds on previous knowledge from the two courses in professional communication in the first year of study, or on equivalent English communication skills.

Undervisningssemester

3rd semester (autumn)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KNOWLEDGE

The candidates have acquired knowledge of written marketing communication, in particular the linguistic, pragmatic and cultural factors that are the prerequisites of effective marketing communication. They are familiar with theories for analysing situation and target group, as well as adapting the communication to function and recipient.

SKILLS

The candidates are able to produce effective, functional texts and translations in Norwegian and English in the field of marketing communication, with a focus on analysing situation and target group and adapting to function and recipient. Equivalence and functionality are important, and the candidates have sound practice in understanding the meaning of a text and finding adequate and functional solutions to retaining the meaning of the source text.

GENERAL COMPETENCE

The candidates have achieved general competence in written marketing communication, including translation, with a view to necessary qualifications for communicators who use both English and Norwegian as their working language. They have also acquired a professional and ethical attitude to marketing communication.

Innhold

- Basic translation theory and method
- Differences between Norwegian and English language use
- Language for specific purposes (ESP): marketing communication
- Using sources and language tools
- Functional translation with function and problem analysis, as theory and method
- Translating between Norwegian and English in the field of marketing and advertising
- Analysing and writing marketing and advertising texts

Undervisnings- og læringsformer

Seminars with active student participation: analysing, discussing, writing, translating, and assessing their own texts and those of fellow students. The course is taught in English but several of the source texts are in Norwegian.

Arbeidsomfang

Total workload: approx. 280 hours

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Four texts, specified in the semester plan, are to be submitted for approval within given deadlines. The coursework must be approved before a student may register for the final examination.

Eksamen

Individual portfolio assessment

The portfolio comprises two individually produced texts: a functional translation and a free text.

Assessment is given on the A-F grading scale.

If the portfolio is given a fail, it may be improved and resubmitted.

If students wish to improve their grade, they have to submit a new portfolio at a new regular exam.

In the case of a complaint about the assessment, the entire portfolio is subject to new assessment.

Evaluering av emnet

The course is evaluated by the students twice each semester. The evaluations are discussed in the faculty committee for study quality.

Litteratur

Det tas forbehold om endringer før semesterstart.

- Hellum, Bjørg (2014). *Marketing Communication, texts and contexts*. Compendium, local print.
- Hellum, Bjørg (2013). *Functional Translation: Theory and Practice*. Compendium, local print.
- Lectures and other course material posted on Fronter
- Text collection: *Advertising and Culture*. Local print.

SFB52214 PR og kommunikasjon (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Fakultet for informasjonsteknologi, ingeniørfag og økonomi

Studiested: Halden

Emneansvarlig: Mari Hellum

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

Emnet bygger på kunnskaper i kommunikasjon og samfunnsfag fra de to første studieårene av bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskap

Kandidatene har tilegnet seg videregående kunnskap om en organisasjons kommunikasjon og relasjoner med omverdenen, medias betydning for organisasjoner og hvordan kommunikatører "selger inn" et budskap. Videre har de kunnskap om politisk retorikk og hvordan man former et budskap for å nå frem til publikum.

Ferdigheter

Kandidatenes kommunikative ferdigheter er blitt trent og videreutviklet i en helhetlig og virkelighetsnær kontekst. De har trening i å arbeide med et prosjekt/PR-budskap rettet mot media, organisasjoner, beslutningstakere og det generelle publikum

Generell kompetanse

Kandidatene har innblikk i PR- og kommunikasjonsarbeid i norskbaserte, internasjonalt rettede bedrifter og organisasjoner. Studentene har utviklet etisk forsvarlige holdninger til informasjon og til relasjoner med organisasjonens interessenter og omgivelser.

Innhold

- PR og strategisk kommunikasjon: strategi, målgrupper, relasjoner, medienes rolle, m.m.
- Retorikk
- Mediestrategi og taktikk for å skape oppmerksomhet
- Journalistiske tekstsjangre, sjangerforståelse
- Prosjektarbeid

Undervisnings- og læringsformer

Emnet har høy studentaktivitet med problemstillinger som behandles i gruppe- og plenumsdiskusjoner.

Studentene skriver tekster fortløpende på både norsk og engelsk. Tekstene diskuteres og kommenteres i seminar og gis også skriftlig tilbakemelding. Gjesteforelesere fra academia eller næringsliv kan bli invitert.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- Tre innleveringer av tekster på norsk og engelsk, individuelt eller i grupper på to studenter.
- Ett prosjekt i gruppe med skriftlig innlevering og muntlig presentasjon.

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til vurdering.

Eksamen

Mappevurdering

Mappen er individuell og inneholder to mappebidrag (hvert på 5-8 sider).

Et av bidragene skal være skrevet på engelsk og et på norsk.

Karakter på skala A - F.

Ved ny eller utsatt eksamen kan mappen forbedres og leveres på nytt.

Ved forbedring av karakter leveres ny mappe ved ny regulær eksamen.

Klageadgang: Ved klage på sensur skal hele mappen vurderes på nytt.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

Litteraturlisten er sist oppdatert 01.06.2015.

Bonvik, Øystein (2012). *Få som fortjent: troverdig oppmerksomhet i kanaler du ikke kontrollerer*. Bergen: Fagbokforlaget.

Bonvik, Øystein (2015). *Innføring i PR*. Oslo: Fagbokforlaget. (NY. Blir tilgjengelig før studiestart).

Hellum, Bjørg (2013). *Analyse av multimodale tekster. En holistisk modell*. Oslo: Spartacus.

Kjeldsen, Jens E (2014). *Hva er retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget. 156 sider.

Forelesninger og annet materiale lagt ut på læringsplattform

Forelesere høst 2015:

Mai Kjos Hellum (mari.hellum@hiof.no)

Øystein Bonvik (oystein@bonvik.com)

SSP10010 Spansk språk 1 (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 15

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Nettbasert undervisning med mulighet for begrenset veiledning på studiested Halden.

Emneansvarlig: Berit Grønn

Undervisningsspråk: Spansk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i årsstudiet i spansk.

Del av 60-poengsenheten som kan inngå i bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur.

Valgfritt emne i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

Spansk årsstudium: 1. semester (høst).

Bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur: 1., 3. evt. 5. semester (høst).

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAPER:

Etter fullført emne skal kandidaten

- ha kunnskaper om spansk uttale og intonasjon
- kjenne til noen sentrale språklige varianter i målområdet
- ha kunnskaper om sentrale språklige strukturer
- kjenne til begreper innen spansk morfologi og enkel syntaks
- ha innsikt i ulike strategier for å forstå muntlige og skriftlige tekster på spansk
- ha innsikt i ulike strategier for å produsere sammenhengende tekster på spansk om ulike emner

FERDIGHETER:

Etter fullført emne kan kandidaten

- bruke spansk funksjonelt i ulike muntlige og skriftlige kommunikasjonssituasjoner
- uttrykke seg på spansk muntlig og skriftlig med sammenheng og relativ god flyt
- gjøre rede for spanske ordklasser, ordenes oppbygning, bøyningsmønstre og funksjoner
- forstå muntlige og skriftlige tekster på spansk og gjøre rede for hovedinnhold og detaljopplysninger
- ta i bruk ulike strategier for å forstå og produsere muntlige og skriftlige tekster på målområdet

GENERELL KOMPETANSE:

Etter fullført emne kan kandidaten

- tilegne seg relevant fagstoff på egen hånd eller i samarbeid med andre
- kommunisere godt i en spansktalende kontekst, både muntlig og skriftlig
- kan vedlikeholde og videreutvikle egen språkkompetanse i spansk
- kan vedlikeholde og videreutvikle egne kunnskaper om språk og språklæring

Innhold

Studentene arbeider systematisk med de fem språklige ferdighetene (lese, lytte, skrive, muntlig produksjon og samhandling), med særlig vekt på den skriftlige ferdigheten.

De skal lære og kunne forklare grammatiske regler og sentrale trekk ved språket. Studentene forbedrer evnen til å forstå og uttrykke seg på spansk, både muntlig og skriftlig.

De utvikler sine kunnskaper og ferdigheter i språkbruk og -analyse (fonetikk, morfologi og enkel syntaks).

Undervisnings- og læringsformer

Det legges opp til forelesninger der studentene forventes å være aktive i gjennomgang av og samtaler om fagstoffet og i utviklingen av egne og andres språklige ferdigheter og innsikt. Det legges opp til oppgaveløsning individuelt, i par og små grupper. Undervisningsspråk vil hovedsaklig være spansk.

Emnets innhold vil være tilgjengelig på digital læringsplattform og gjennom nettbasert undervisning. Det vil også være mulighet for begrenset veiledning og undervisning i Halden hvis ønskelig, og hvis antall studenter er tilstrekkelig.

Selvstudium er en viktig del av studentenes arbeid, og det forutsettes derfor at studentene på egen hånd tilegner seg en stor del av det lære- og arbeidsstoffet som hører med i emnet. Det forventes bl.a. at studentene selv danner kollokviegrupper, at de arbeider selvstendig med autentiske tekster, for eksempel leser spanskspråklige aviser og ser spanskspråklige programmer på tv eller Internett.

Arbeidsomfang

Ca. 420 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

To individuelle skriftlige oppgaver skal leveres til fastsatte frister. Én individuell muntlig samtale rundt fagstoff og selvalgt tema på fastsatt dato. Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Fem timers skriftlig eksamen.

Som hovedregel avholdes skriftlig eksamen på campus.

Det kan søkes på særskilt skjema om å få avlegge skriftlig eksamen på et annet godkjent sted, dersom blant annet tidsforskjell og mulighet for nødvendig kommunikasjon med eksternt eksamenssted tillater dette.

Tillatt hjelpemiddel: spansk-spansk ordbok.

Karakterskala A - F.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

Litteraturlisten er sist oppdatert 1. september 2015.

Leonardo Gómez Torrego (siste utg. 2011) *Gramática didáctica del español*, Editorial SM, Madrid. ISBN: 978-84-675-4135-9

Leonardo Gómez Torrego (siste utg. 2011) *Análisis sintáctico*, Ediciones SM, Madrid.: ISBN:978-84-675-4134-2

Ruiz Rufino, Maximino J. (2015): *50 nueces de lengua y unas notas de gramática*. Fagbokforlaget. 2. utgave ISBN 978-82-450-1894-3

Maximino J. Ruiz Rufino og Berit Grønn (2014): *Gustar og andre spanske verbmysterier*, Akademika forlag, ISBN 978-82-321-0155-9

Anbefalt tillegglitteratur

Edición revisada y ampliada R. Alonso, A. Castañeda, P. Martínez, L. Miquel, J. Ortega, J. Plácido (2011): *Gramática básica del estudiante de español*. ISBN 9788484437260 (for repetisjon)

Maximino J. Ruiz Rufino & Berit Grønn (2013): *Ñ og andre lyd- og ordmysterier*, Akademia forlag, ISBN13: 9788232101535

Kari Soriano Salkjelsvik & Petr Pitloun (2007) *Gyldendal spanske lommegrammatikk*, Gyldendal, Oslo. ISBN/EAN: 9788205370937

SFF10310 Fransk muntlig språkferdighet (Høst 2015–Vår 2016)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 15

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Studiested: Nettbasert undervisning med mulighet for veiledning på studiested Halden.

Emneansvarlig: André Avias

Undervisningsspråk: Fransk

Varighet: 1 år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i Fransk årsstudium.

Del av 60 poengsenhet som kan inngå i Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur.

Valgfritt emne i Bachelorstudium i Internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

Fransk årsstudium: 1. og 2. semester (høst og vår).

Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur: 1. og 2. semester (høst og vår), 3. og 4. semester (høst og vår) eller 5. og 6. semester (høst og vår).

Bachelor i internasjonal kommunikasjon: 5. og 6. semester (høst og vår)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskap:

Studentene har kunnskap om pragmatisk tilnærming til muntlig språk, samt inngående kjennskap til sentrale språkstrukturer i fransk. Studentene har kunnskap om dagligliv, sentrale tradisjoner, skikker og tenkemåter i fransktalende land.

Ferdigheter:

Studentene kan kommunisere og bruke språket fritt i et normalt tempo og bruke et bredt ordforråd i fransk. De skal kunne delta i forberedte og spontane samtaler om ulike emner. De skal videre kunne forstå lengre muntlige og skriftlige autentiske tekster i ulike sjangre og medier. Studentene skal kunne bruke ulike digitale verktøy i en tilpasset språklærings situasjon.

Generell kompetanse:

Studentene skal ha innsikt i egen læring.

De skal også kunne finne relevante læringsressurser og kunne nyttiggjøre seg disse på en hensiktsmessig måte for egen læring.

Innhold

Studentene oppøver kommunikative og interkulturelle ferdigheter gjennom språktrening i autentiske situasjoner og ved hjelp av ulike digitale verktøy. De utvikler en grunnleggende forståelse for fransk som fremmedspråk gjennom språkdiraktiske problemstillinger og gjennom forholdet mellom mål og aktiviteter, individuell læring og aktiviteter.

Undervisnings- og læringsformer

Undervisningen blir gitt i nettmøter. Læringsplattformen Fronter brukes til distribusjon av grunnlagsdokumenter, sentralt studiemateriell og oppgaver, samt annen relevant informasjon om emnet. Selvstudium inngår i læringsformene.

Undervisningsplattform brukes i nettmøter i form av undervisning og veiledning.

Arbeidsomfang

Ca. 420 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

- Studentene må levere inn 18 korte skriftlige oppgaver på blogg i løpet av høst- og vårsemesteret.
- Det forutsettes også aktiv deltakelse i muntlige aktiviteter.

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell muntlig eksamen. Varighet ca. 30 minutter. Ingen hjelpemidler tillatt.

Kandidaten blir testet i muntlig forståelse og produksjon.

Som hovedregel gjennomføres muntlig eksamen på nettet via læringsplattform. Det er også mulig å avlegge muntlig eksamen på campus.

Karakter gis på en skala fra A-F, der A er beste karakter, E er bestått og F er ikke bestått.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen

behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

Relevante tekster vil bli publisert fortløpende på læringsplattformen Fronter.

SFT11008 Tysk: Muntlig tysk med digitale verktøy (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Studiested: Nettbasert undervisning med mulighet for veiledning ved studiested Halden

Emneansvarlig: Frode Lundemo

Undervisningsspråk: Tysk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

- Obligatorisk emne i Tysk årsstudium.
- Del av 60-poengsenheten som kan inngå i Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur.
- Valgfritt emne i Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

- Tysk årsstudium: 1. semester (høst).
- Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur: 1., 3. eller 5. semester (høst).
- Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskaper

Studentene har kunnskaper om hvordan digitale verktøy kan brukes til å øve muntlig språkferdighet både individuelt og i interaksjon med andre, og hvordan slike verktøy etter endt studium kan brukes til å holde ved like og videreutvikle muntlig språkferdighet. De har kjennskap til sentrale trekk ved tysk talespråk og enkle muntlige, situasjonsavhengige kommunikasjonsstrategier.

Ferdigheter

Studentene har gode aktive ferdigheter i muntlig tysk, kan tilpasse disse til utvalgte kommunikasjonssituasjoner og -behov og kommunisere med god uttale og intonasjon. De kan forstå muntlig tysk i forskjellige typer medier.

Generell kompetanse

Studentene kan bruke digitale verktøy i forskjellige kommunikasjonssammenhenger.

Innhold

Det arbeides med å bygge opp muntlig språkferdighet gjennom samhandling, tekstproduksjon/-presentasjon og tekstforståelse. Fokus ligger på uttale, morfologi, syntaks og ordforråd sett i forhold til forskjellige situasjoner og teksttyper.

Undervisnings- og læringsformer

Øvinger ved hjelp av digitale, fortrinnsvis internettbaserte verktøy. Øvinger og obligatoriske oppgaver gis på studiets nettsted (deutsch.hiof.no).

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Ingen

Eksamen

Mappevurdering

I løpet av semesteret leveres fire individuelle oppgaver som dokumenterer studentenes aktivitet i emnet ut fra det som er nevnt under «Innhold/oppbygging» over. Karakterskala er A–F.

Alle de fire oppgavene må leveres i løpet av samme undervisningssemester. Studenter som har påbegynt emnet og utsetter det, kan derfor ikke regne med at evt. tidligere innleverte oppgaver er oppbevart når det gjenopptas – nye oppgaver må leveres.

Ved ny og utsatt eksamen skal fire nye oppgaver leveres.

Ved klage skal alle de fire oppgavene vurderes på nytt.

Evalueringsav emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

- Øvingsmateriale som gjøres tilgjengelig i emnet
- Entyskspråklig film (f. eks. på DVD)

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:50

SFB13009 Kulturmøter I (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Fakultet for lærerutdanninger og språk

Studiested: Halden

Emneansvarlig: Eva Lambertsson Björk

Undervisningsspråk: Se pkt. Organisering og læringsformer

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Valgfritt emne i

- Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon
- Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur

Emnet er åpent for studenter fra andre studieprogram ved ledig kapasitet, og kan etter forhåndsgodkjenning eller søknad om innpassing inngå som valgfag i andre studieprogram eller tas som tillegg til ordinær utdanning.

Studenter som har tatt emnet *Kulturmøter I* (10 studiepoeng) har anledning til å ta emnet *Kulturmøter II* (15 studiepoeng), og vice versa, med ny problemstilling/tema i prosjektarbeidet.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

For studenter som velger et annet målspråk enn engelsk forutsettes at studentene har fransk-/spansk-/tyskkunnskaper tilsvarende nivå 1 fra videregående skole. Det kreves i liten grad aktive kunnskaper i fransk, spansk eller tysk, men en forutsetter en viss mengde passive språkkunnskaper: Studentene må kunne forstå og orientere seg i vanlig fransk/spansk/tysk bruks- og sakprosa og forstå nok fransk/spansk/tysk til å kunne få med seg hovedinnholdet i normaltale.

Undervisningssemester

Prosjektarbeid under veiledning.

- Emnet kan gjennomføres med den progresjon og på det tidspunkt i studiet som passer best for den enkelte student og er dermed ikke bundet til et høst- eller vårsemester.
- Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).
- Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur: 4. eller 6. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskap

Kandidatene har gode kunnskaper innenfor et selvalgt tema om kultur- eller samfunnsforhold. De har dessuten kunnskaper om akademisk skriving.

Ferdigheter

Kandidatene har utviklet evne til å arbeide selvstendig med et faglig tema.

Generell kompetanse

Kandidatene har fordypet seg i et selvalgt tema i tilknytning til kultur- og samfunnsforhold (i vid forstand). Gjennom dette arbeidet har de utviklet en generell kompetanse innenfor interkulturelle og/eller komparative aspekter.

Innhold

Opplegget er i stor grad basert på individuelt arbeid med undervisveiledning. Studentene har anledning til å velge emne ut fra egne interesseområder i samråd med en faglærer. Temaet kan velges i tilknytning til de emner det undervises i (for eksempel innenfor deler av 60- eller 90-poengsenhetene i årsstudium og påbyggingsstudium eller som undervises eller har vært undervist i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon), men det kan også være andre temaer.

Undervisnings- og læringsformer

Prosjektarbeid under veiledning.

Veiledning foregår på norsk eller på mål språket. Det gis inntil fem timer veiledning. Emnet kan gjennomføres som fleksibelt emne, med nettbasert veiledning.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Eksamen

Skriftlig individuelt prosjektarbeid

Arbeidet, som kan skrives på mål språket (engelsk, fransk, spansk eller tysk) eller på norsk skal ha et omfang på ca. 15 sider tekst, ev. illustrasjoner i tillegg. Studenter ved bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon må skrive oppgaven på engelsk.

Arbeidet skal inneholde korrekte kildehenvisninger. Etter nærmere avtale med faglærer kan andre medier godkjennes. Det gis undervisveiledning. Ved vurderingen legges det vekt på evne til faglig fordypning, selvstendighet og fremstilling. Det benyttes karakterregel A - F.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester.

Litteratur

I tilknytning til det temaet studentene velger å konsentrere seg om, utarbeider de en litteratur- og referanseliste som skal følge med det innleverte arbeidet.

Foreleser studieåret 2015-2016:

Monica Stensrud (monica.stensrud@hiof.no)

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:41

SFB11514 International Marketing (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Fakultet for informasjonsteknologi, ingeniørfag og økonomi

Emneansvarlig: Kerstin Ellinor Torsein

Undervisningsspråk: Engelsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Compulsory for students on the Business Administration Programme, specialising in International Communication or International Business.

Optional for students on the Business Administration Programme, specialising in Project Management and Corporate Consultancy.

Optional for students on

- the Business Administration Programme
- the Bachelor's programme in International Communication

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

The course is based on

- SFB10502 Marketing and Business Strategy (10 ECTS)
- SFBE51107 Introduction to Marketing (10 ECTS), or the equivalent.

Undervisningssemester

- Bachelor in Business Administration with specialisation in International Communication or International Business or Project Management and Corporate Consultancy: 5th semester (autumn)
- Bachelor in Business Administration, other students: 3rd or 5th semester (autumn)
- Bachelor in International Communication: 5th semester (autumn)

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

The course gives an introduction to terms and conditions affecting business operations of international companies. Students will understand and be able to use the marketing management process directed at international markets. They will further be able to develop intercultural awareness and insight into adaptation to international markets. Finally it will give students practice in accomplishing concrete decision-making tasks and solving problems in international strategic marketing planning.

Innhold

The planning process in international marketing is central to the course:

- Analysis of market potential
- Choice of country and markets
- Choice of marketing strategy regarding geographical expansion, positioning and market entry
- Adaptation of product, price and communication mix to multinational environments

Other topics are:

- International competitiveness and the internationalisation process
- Distribution channels abroad
- Mapping international environments
- Cultural adaptation
- E-marketing in the global market
- Selected problems from export financing and export logistics
- Export promotion policies

A global market perspective is the point of departure although with a certain focus on the European countries as the main market region for Norwegian companies.

Undervisnings- og læringsformer

Lectures, group work, tutorials. The course is taught in English.

Arbeidsomfang

The course will give the student approximately 280 hours of work.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Two group assignments must be submitted and approved before signing up for the final exam.

Eksamen

A 4-hour written individual examination.

The examination may be written in English or Norwegian.

Aids permitted: Mother tongue-English-mother tongue dictionary.

Grades: A-F.

The mark can be appealed.

Evaluering av emnet

To improve the course, we need the evaluations from the students. The course is evaluated once each semester.

The evaluations from the students are treated by the staff and the committee for programme quality and internationalization.

Litteratur

The readinglist was last updated 13 May 2014

Hollensen, Svend (2013). Global marketing . 6th ed. Financial Times Prentice Hall . 840 pages.

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:41

SFS10207 Samfunnsvitenskapelig forskningsmetode (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 15

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i Statsvitenskap årsstudium.

Profileringsemne i Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon; profilering statsvitenskap.

Del av 60 studiepoengsenhet som kan inngå i Bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur.

Valgfritt emne i Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.

Undervisningssemester

Statsvitenskap årsstudium: 1. semester (høst).

Bachelorstudiet i økonomi og administrasjon, profilering statsvitenskap: 5. semester (høst).

Bachelorstudiet i samfunn, språk og kultur: 1., 3. eller 5. semester (høst).

Bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

KUNNSKAP

Kandidaten har innsikt i grunnleggende temaer og begreper fra samfunnsvitenskapelig forskning.

FERDIGHETER

Kandidaten behersker sentrale datainnsamlingsmetoder og kan analysere innsamlede data.

GENERELL KOMPETANSE

Kandidaten har generell kompetanse i å finne fram til relevant faglitteratur og kunne vurdere samfunnsvitenskapelige problemstillinger.

Innhold

Emnet gir en innføring i grunnleggende metodelære og vitenskapsteori.

Hele forskningsprosessen blir gjennomgått og belyst ved eksempler. Anvendelse av teoretiske perspektiver og begreper på dagsaktuelle problemstillinger vektlegges gjennom ulike typer arbeider. Emnet skal også gi studentene kjennskap til de mer teknisk håndverksmessige sidene ved samfunnsvitenskapelig metode.

Undervisnings- og læringsformer

I tilknytning til forelesningene holdes det seminarundervisning der formålet er å lære relevante statistikkprogrammer samt å arbeide med innleveringsoppgavene. På undervisningsplanene settes det av tid til kollokvier. Disse forutsettes lagt opp og organisert av studentene. Undervisningsspråk er norsk.

Arbeidsomfang

Ca. 420 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

To innleveringsoppgaver levert til nærmere angitte frister.

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell skriftlig eksamen

Skriftlig eksamen, 4 timer. Ingen hjelpemidler tillatt. Karakterskala A-F.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

Litteraturlisten er sist oppdatert 11. juni 2014.

Jacobsen, Dag Invar (2015). Hvordan gjennomføre undersøkelser: Innføring i samfunnsvitenskapelig metode Oslo: Høyskoleforlaget

Johannessen, Asbjørn (2009). Introduksjon til SPSS Oslo: Abstrakt forlag

Bratberg, Øivind (2014). Tekstanalyse for samfunnsvitere Oslo: Cappelen Damm

Kompendium

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:49

SFB50912 Digital kommunikasjon II (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 10

Ansvarlig avdeling: Avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: André Avias

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Valgfritt emne i Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

Emnet bygger på emnet *SFB50608 Digital kommunikasjon og kommunikasjonsteori* i studiets første semester.

Undervisningssemester

5. semester (høst).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskap

Kandidatene har kunnskaper om digital markedsføring, redigering og vurdering av kommunikasjonsinnhold på nettsteder og sosiale medier.

Det fokuseres på samhandlingen mellom firma og kunder og kunnskapsformidling om produkter.

Kandidatene har meget gode kunnskaper om kommunikasjonsbruk av digitale plattformer og deres plass og funksjon i kommunikasjon i organisasjoner.

Ferdigheter

Kandidatene har ferdigheter i redigering av nettsteder og sosiale medier.

Ved å ha arbeidet konkret med et nettprosjekt behersker de grunnleggende prinsipper og teknikker som benyttes av kommunikatører (innholdsskapere) i sosiale medier.

Kandidatene kan utvikle og endre innholdet for nettsteder, blogg og sosiale medier for en konkret organisasjon. Det legges vekt på strategisk kundebehandling via sosiale medier.

Generell kompetanse

Kandidatene har generell kompetanse i bruk av ulike digitale verktøy.

Innhold

- Skrive for digitale medier
- Lære å evaluere bruken av nettsider og sosiale medier
- Strategisk bruk av nettet for organisasjoner
- Bruk av sosiale medier, kriterier for å lykkes på og med nettet

Undervisnings- og læringsformer

Undervisningen er organisert i seminarer utover semestret. Datoene blir kunngjort av faglærer ved semesterstart.

Det tas sikte på å holde fem seminardager hvor studentene jobber mest praktisk, men med noen forelesninger.

Arbeidsomfang

Ca. 280 timer.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Det er ingen arbeidskrav knyttet til emnet.

Eksamen

Individuell mappevurdering

Mappe bestående av to tekster, den ene på ca. 1500 ord og den andre på ca. 3000 ord.

Karakterskala A - F.

Ved ikke bestått har kandidaten anledning til å levere forbedret utgave av mappen ved ny eksamen.

Ved forbedring av karakter må ny mappe leveres ved ny eksamen.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres av studentene to ganger hvert semester, og evalueringen behandles i avdelingens utvalg for studiekvalitet.

Litteratur

Stein Arne Nistad (2012): *Katt i treet, hvor skal jeg gå? Sosiale medier og relasjonssamfunnet.* (ISBN 978-82-998754-0-0)

Nettredaktør (nettsider: <http://www.nettredaktor.no/>)

Materiale blir også utdelt i undervisningen. Utdelt materiale publiseres også på Fronter.

Foreleser høst 2015: David Aleksandersen (david@aleksandersen.no)

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:44

SFB24011 Kulturmøter II (Høst 2015)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 15

Ansvarlig avdeling: Fakultet for lærerutdanninger og språk

Stuedsted: Halden

Emneansvarlig: Eva Lambertsson Björk

Undervisningsspråk: Se pkt. Organisering og læringsformer

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Valgfritt emne i

- Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon
- Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur

Emnet er åpent for studenter fra andre studieprogram ved ledig kapasitet, og kan etter forhåndsgodkjenning eller søknad om innpassing inngå som valgfag i andre studieprogram eller tas som tillegg til ordinær utdanning.

Studenter som har tatt emnet *Kulturmøter I* (10 studiepoeng) har anledning til å ta emnet *Kulturmøter II* (15 studiepoeng), og vise versa, med ny problemstilling/tema i prosjektarbeidet.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

For studenter som velger et annet målspråk enn engelsk forutsettes at studentene har fransk-/spansk-/tyskkunnskaper tilsvarende nivå 1 fra videregående skole. Det kreves i liten grad aktive kunnskaper i fransk, spansk eller tysk, men en forutsetter en viss mengde passive språkkunnskaper: Studentene må kunne forstå og orientere seg i vanlig fransk/spansk/tysk bruks- og sakprosa og forstå nok fransk/spansk/tysk til å kunne få med seg hovedinnholdet i normaltale.

Undervisningssemester

Prosjektarbeid under veiledning.

- Emnet kan gjennomføres med den progresjon og på det tidspunkt i studiet som passer best for den enkelte student og er dermed ikke bundet til et høst- eller vårsemester.
- Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon: 5. semester (høst).
- Bachelorstudium i samfunn, språk og kultur: 4. eller 6. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskaper

Kandidatene har gode kunnskaper innenfor et selvalgt tema om kultur- eller samfunnsforhold. De har dessuten kunnskaper om akademisk skriving.

Ferdigheter

Kandidatene har utviklet evne til å arbeide selvstendig med et faglig tema.

Generell kompetanse

Kandidatene har fordypet seg i et selvalgt tema i tilknytning til kultur- og samfunnsforhold (i vid forstand). Gjennom dette arbeidet har de utviklet en generell kompetanse innenfor interkulturelle og/eller komparative aspekter.

Innhold

Opplegget er i stor grad basert på individuelt arbeid med undervisveiledning. Studentene har anledning til å velge emne ut fra egne interesseområder i samråd med en faglærer. Temaet kan velges i tilknytning til de emner det undervises i (for eksempel innenfor deler av 60- eller 90-poengsenhetene i årsstudium og påbyggingsstudium eller som undervises eller har vært undervist i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon), men det kan også være andre temaer.

Undervisnings- og læringsformer

Prosjektarbeid under veiledning.

Veiledning foregår på norsk eller på mål språket. Det gis inntil fem timer veiledning. Emnet kan gjennomføres som fleksibelt emne, med nettbasert veiledning.

Arbeidsomfang

Ca. 420 timer.

Eksamen

Skriftlig individuelt prosjektarbeid

Arbeidet, som kan skrives på mål språket (engelsk, fransk, spansk eller tysk) eller på norsk skal ha et omfang på ca. 20-25 sider tekst, ev. illustrasjoner i tillegg. Studenter ved bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon må skrive oppgaven på engelsk.

Arbeidet skal inneholde korrekte kildehenvisninger. Etter nærmere avtale med faglærer kan andre medier godkjennes. Det gis undervisveiledning. Ved vurderingen legges det vekt på evne til faglig fordypning, selvstendighet og fremstilling. Det benyttes karakterregel A - F.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres to ganger hvert semester.

Litteratur

I tilknytning til det temaet studentene velger å konsentrere seg om, utarbeider de en litteratur- og referanseliste som skal følge med det innleverte arbeidet.

Foreleser studieåret 2015-2016:

Monica Stensrud (monica.stensrud@hiof.no)

Sist hentet fra Felles Studentsystem (FS) 26. okt. 2021 02:54:42

SFB52414 Bacheloroppgave med arbeidspraksis eller bedriftsprosjekt (Vår 2016)

Fakta om emnet

Studiepoeng: 30

Ansvarlig avdeling: Fakultet for informasjonsteknologi, ingeniørfag og økonomi

Studiested: Halden

Emneansvarlig: Mari Hellum

Undervisningsspråk: Norsk

Varighet: ½ år

Innholdsfortegnelse

- Emnet er tilknyttet følgende studieprogram
- Forkunnskapskrav utover opptakskrav
- Undervisningssemester
- Studentens læringsutbytte etter bestått emne
- Innhold
- Undervisnings- og læringsformer
- Arbeidsomfang
- Praksis
- Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen
- Eksamen
- Evaluering av emnet
- Litteratur

Emnet er tilknyttet følgende studieprogram

Obligatorisk emne i Bachelorstudium i internasjonal kommunikasjon.

Forkunnskapskrav utover opptakskrav

For å starte på dette emnet må studenten ha bestått emnet *SFB52214 PR og kommunikasjon* (10 studiepoeng) i 5. semester.

Undervisningssemester

6. semester (vår).

Studentens læringsutbytte etter bestått emne

Kunnskap

Kandidatene har gode kunnskaper om kommunikasjonsarbeid i en bedrift/organisasjon.

Ferdigheter

Kandidatene er i stand til å skrive et større faglig arbeid.

De har deltatt i, eller blitt gjort kjent med de daglige såvel som de strategiske kommunikasjonsoppgavene i en virksomhet.

Generell kompetanse

Kandidatene har kunnskap om og ferdighet i å skrive en forskningsoppgave, såvel som praktisk innsikt i kommunikasjonsarbeid.

De vil ha utviklet etisk forsvarlige holdninger til informasjonsarbeid og til relasjoner med organisasjonens interessenter og omgivelser.

Innhold

- Arbeidspraksis i en kommunikasjonsfunksjon i en egnet bedrift/organisasjon eller arbeid med et prosjekt i samarbeid med en egnet bedrift/organisasjon
- Skrivning av bacheloroppgave tilknyttet den aktuelle virksomheten

Undervisnings- og læringsformer

Studentene gjennomfører ca. 3 måneders arbeidspraksis eller bedriftsprosjekt i januar-april, i eller tilknyttet en kommunikasjonsfunksjon i en bedrift/organisasjon. Studentene deltar i daglig kommunikasjonsarbeid så vel som strategisk planlegging.

Både engelsk og norsk vil sannsynligvis benyttes.

Parallelt med og etter praksis/prosjekt skrives bacheloroppgaven med veiledning. Oppgaven har tema fra/tar utgangspunkt i virksomheten og i emnet SFB52214 PR og kommunikasjon (10 stp). Veiledning gis fortløpende i inntil 15 timer per student.

Arbeidsomfang

Ca. 840 timer.

Praksis

Ca. 3 måneders fulltids arbeidspraksis i vårsemesteret, i PR- eller kommunikasjonsfunksjon i en bedrift/organisasjon som fortrinnsvis arbeider internasjonalt, alternativt: gjennomføring av et prosjekt.

Arbeidskrav - vilkår for å avlegge eksamen

Fullført praksis/prosjekt.

Arbeidskrav må være godkjent før studenten kan fremstille seg til eksamen.

Eksamen

Individuell skriftlig bacheloroppgave og muntlig eksamen

Bacheloroppgaven kan skrives på norsk eller engelsk. Bacheloroppgaven må være bestått før kandidaten fremstiller seg til muntlig eksamen. Muntlig eksamen (ca. 30 minutter) med utgangspunkt i bacheloroppgaven kan virke justerende opp eller ned ett trinn på karakterskala A - F. Muntlig presentasjon og eksaminering foregår på det av de to språkene som ikke er valgt for den skriftlige oppgaven.

Bacheloroppgaver skal til elektronisk plagiattkontroll. Besvarelser som er helt eller delvis identiske vil ikke bli godkjent. Helt eller delvis identiske besvarelser er å anse som forsøk på fusk. Se for øvrig Forskrift om eksamen og studierett ved Høgskolen i Østfold.

Ved ikke bestått skriftlig arbeid har kandidaten anledning til å levere forbedret utgave ved ny eksamen.

Ved forbedring av karakter kan kandidaten levere forbedret utgave av oppgaven og fremstille seg til ny muntlig eksamen.

Klageadgang: ved klage på sensur skal det skriftlige arbeidet vurderes på nytt. Ved eventuell endring av karakter, skal det arrangeres ny muntlig eksamen, jfr. Forskrift om eksamen og studierett ved Høgskolen i Østfold, §18, pkt 4.

Evaluering av emnet

Emnet evalueres som sluttevaluering.

Litteratur

Det kan bli aktuelt med spesialpensum for bacheloroppgaven, avhengig av temavalg.

Litteratur for øvrig er den pensumlitteraturen som er benyttet i emnet PR og kommunikasjon, og i andre emner i bachelorstudiet i internasjonal kommunikasjon.