

# Strategisk Kommunikation (obligatorisk modul på au i kommunikation og formidling)

**ECTS-point:** 10

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

## **Formål**

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

**ECTS:** 10

## **Læringsmål**

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

Den studerende...

### **Viden**

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

### **Færdigheder**

- Skal kunne analysere organisationens vision, mission og værdier som grundlag for organisationens kommunikative opgaver
- Skal kunne vurdere og anvende relevante teorier og modeller for organisationen Corporate Communication
- Skal gennem beskrivelse, analyse og vurdering være i stand til at vælge den rette formidlings- og kommunikationsløsning for organisationen
- Skal kunne vurdere metoder og processer i udvikling og planlægning af organisationens Corporate Branding

- Skal kunne planlægge og gennemføre effektiv krisekommunikation for organisationen såvel internt som eksternt
- Skal kunne planlægge og gennemføre en effektiv forandringskommunikation for organisationen
- Skal kunne anvende storytelling i formidlingen
- Skal kunne vurdere og fastlægge organisationens medievalg – herunder webbaserede medier
- Skal kunne vælge rette medie og formidlingsform for facilitering af videndeling i organisationen

### **Kompetencer**

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

### **Branding**

- Skal kunne etablere og indgå i vidensnetværk i organisatorisk kontekst

### **Indhold**

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