

Denna kursplan är nedlagd eller ersatt av ny kursplan.



Kursplan

Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap

Strategisk kommunikation och place branding, 7,5 högskolepoäng Strategic Communication and Place Branding, 7.5 Credits

Kurskod:	MK027G	Utbildningsområde:	Humanistiska området
Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap	Högskolepoäng:	7,5
Utbildningsnivå:	Grundnivå	Ämnesgrupp (SCB):	Medie- o kommunikationsvetenskap
Inrättad:	2018-08-29	Fördjupning:	GXX
Giltig fr.o.m.:	Vårterminen 2019	Senast ändrad:	2018-09-27
		Beslutad av:	Prefekt

Mål

Mål för utbildning på grundnivå

Utbildning på grundnivå ska utveckla studenternas

- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser ska studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att

- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(1 kap. 8 § högskolelagen)

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs ska studenten kunna

- översiktligt beskriva de dominerande internationella teoribildningarna och perspektiven inom place- och nations branding.

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska studenten kunna

- tillämpa teorier och begrepp inom området place- och nations branding i praktiken, och
- kritisk värdera place- och nations brandings kampanjer.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs visar studenten förmåga att

- utifrån olika kriterier kunna skilja mellan lämpliga och mindre lämpliga arbetsmetoder inom place- och nations branding,
- kritiskt granska studier av place- och nations branding, och
- placera branding i ett samhälleligt och historiskt sammanhang.

Kursens huvudsakliga innehåll

Tyngdpunkten i kursen ligger på att studenterna ska tillägna sig kunskaper om grundläggande principer för place- och nations branding. Under kursen kommer vi kritiskt utforska olika aspekter av place- och nations branding, samt diskutera historiska och teoretiska förhållanden.

Studieformer

Undervisning kan ske genom lektioner, seminarier, studiebesök, webbaserade diskussioner och workshops.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning och/eller handledning under den tid som angavs för kurstillfället som den sökande blivit antagen till (se universitetets antagningsordning). Därefter upphör rätten till undervisning och/eller handledning.

Examinationsformer

Examination I, 5 högskolepoäng. (Provkod: 0100)
PM.

Examination II, 2,5 högskolepoäng. (Provkod: 0200)
Seminarium.

Tid för examination

Om tidpunkten för examination inte hålls beslutar examinator hur examinationen ska genomföras, samt i förekommande fall tidsram för den.

Komplettering för godkänt betyg

Examinator kan bestämma att den studerande som inte godkänts på examinationen får utföra kompletterande uppgifter i stället för helt omprov. Kompletteringsuppgiften ska lämnas in till läraren inom en vecka efter det att betyget Underkänd har delgivits den studerande.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Betyg

Enligt 6 kap. 18 § högskoleförordningen ska betyg sättas på en genomgången kurs om inte universitetet föreskriver något annat. Universitetet får föreskriva vilket betygssystem som ska användas. Betyget ska beslutas av en av universitetet särskilt utsedd lärare (examinator).

Enligt föreskrifter om betygssystem för utbildning på grundnivå och avancerad nivå (rektors beslut 2010-10-19, dnr CF 12-540/2010) ska som betyg användas något av uttrycken underkänd, godkänd eller väl godkänd. Rektor eller den rektor bestämmer får besluta om undantag från denna bestämmelse för en viss kurs om det finns särskilda skäl.

Som betyg på kursen används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Examination I

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Examination II

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

För att erhålla betyget Väl godkänd på hel kurs krävs betyget Väl godkänd på minst 5 högskolepoäng.

Kursens betyg översätts till ECTS-betygsskalan.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Särskild behörighet och andra villkor

Grundläggande behörighet.

För ytterligare information se universitetets antagningsordning.

Tillgodoräknande av tidigare utbildning

Student som tidigare genomgått utbildning eller fullgjort annan verksamhet ska enligt högskoleförordningen tillgodoräknas detta som en del av den aktuella utbildningen under förutsättning att den tidigare utbildningen eller verksamheten uppfyller vissa krav.

För ytterligare information se universitetets lokala regler för tillgodoräkningen.

Övriga föreskrifter

Kursen ges på engelska.

Övergångsbestämmelser

Om kursen genomgår sådana förändringar som är så omfattande att studenten inte kan examineras i enlighet med denna kursplan så anordnas möjlighet till särskilda examinationer i enlighet med universitetets lokala riktlinjer. Om det blir aktuellt kommer institutionen att informera berörda studenter.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Angell, Svein Ivar & Mordhorst, Mads (2015)

"National Reputation Management and the Competition State: The cases of Denmark and Norway". Journal of Cultural Economy
8(2), 184-201

Dinnie, Keith (2016)

Nation Branding: Concepts, Issues, Practice (2nd Edition)
Elsevier

Hanna, Sonja & Rowley, Jennifer (2008)

An analysis of terminology use in place branding. Place Branding and Public Diplomacy, 4(1), 61-75

Kaneva, Nadia (2011)

Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. International Journal of Communication, 5(2011), 117-141

Tillägg och kommentarer till litteraturlistan

Artiklar om ca 200 sidor tillkommer/Additional reading includes articles of about 200 pages.