



AALBORG UNIVERSITET

**STUDIEORDNING FOR
KANDIDATUDDANNELSEN I
INTERNATIONAL
VIRKSOMHEDSKOMMUNIKATION I
SPANSK, 2020**

CAND.MAG. (MA)
AALBORG

MODULER SOM INDGÅR I STUDIEORDNINGEN

INDHOLDSFORTEGNELSE

Sprogforståelse og sprogbrug 2022/2023	4
Virksomhedens image og identitet 2022/2023	6
Virksomheden i den globale verden 2022/2023	9
Virksomhedens PR og strategiske markeds kommunikation 2022/2023	11
Projektorienteret forløb samt mundtlig sprogfærdighed og formidling på fremmedsproget 2022/2023	14
Kandidatspeciale 2022/2023	17
CSR- og bæredygtighedskommunikation 2022/2023	20
Strategisk ledelse af videnskommunikation 2022/2023	22
Turismekommunikation og destinationsbranding 2022/2023	24
HR- og ledelseskommunikation 2022/2023	26
Den sociale organisation 2022/2023	28
Forbrugerkultur og branding 2022/2023	30
Social marketing og adfærdsdesign 2022/2023	32
Contemporary Latin American Studies 2022/2023	34
Social Movements and Civil Society in Modern Latin America 2022/2023	36

SPROGFORSTÅELSE OG SPROGBRUG

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- sprogforståelse og sprogbrug.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af

- centrale fremmedsproglige grammatiske strukturers semantiske og funktionelle betydning
- udvalgte lingvistiske begreber og fænomener
- fremmedsprogets syntaks, morfologi og leksis
- oversættelse og oversættelsesteori.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- på videnskabeligt niveau at analysere konkrete eksempler inden for centrale grammatiske emneområder inden for fremmedsproget
- på videnskabeligt niveau at redegøre for udvalgte lingvistiske fænomener
- på videnskabeligt niveau at foretage lingvistisk analyse af enklere eksempler/tekster
- at oversætte mellem fremmedsproget og dansk
- at redegøre for strategi i forbindelse med oversættelse.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- på videnskabeligt niveau at reflektere over grammatiske og lingvistiske problemstillinger i forhold til en konkret skriftlig opgave
- at varetage tekstproduktion og -bearbejdning på et højt niveau på fremmedsproget.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Sprogforståelse og sprogbrug
Prøveform	Skriftlig Den studerende skal oversætte en tekst til eller fra fremmedsproget. Desuden skal den

	studerende med udgangspunkt i tekstmaterialet analysere og kommentere centrale grammatiske og lingvistiske fænomener samt redegøre for oversættelsesrelaterede overvejelser. Prøven aflægges på dansk eller på fremmedsproget efter studienævnets bestemmelse. Normeret prøvetid: 5 timer.
ECTS	10
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Language Studies and Language Use
Modulkode	KASIVENG2001
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	10
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

VIRKSOMHEDENS IMAGE OG IDENTITET

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- virksomhedens og organisationens image og identitet inden for fremmedsprogsområdet/fremmedsproget.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af:

- forskellige teorier om opbygning og vedligeholdelse af virksomheders og organisationers image og identitet, herunder fx teori om branding og storytelling
- centrale elementer, der påvirker virksomheders og organisationers image og identitet, fx virksomhedens eller organisationens kontekst, kultur og troværdighed
- metoder til analyse af virksomheders og organisationers image og identitet
- særlig indsigt i et udvalgt emne inden for modulets fagområder gennem et problembaseret projektarbejde med relation til fremmedsprogsområdet/fremmedsproget.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at analysere virksomheders og organisationers image og identitet
- at arbejde teoretisk og praktisk med opbygning og vedligeholdelse af virksomheders og organisationers image og identitet på tværs af kulturer.
- at anvende principper for problembaseret læring og projektarbejde på et niveau, der bygger oven på bachelorniveau
- på et videnskabeligt grundlag at reflektere over fagområdets viden samt at identificere videnskabelige problemstillinger
- at formidle, begrunde og diskutere valg af videnskabsteoretisk tilgang, metode og teori i relation til en udvalgt problemstilling
- at mestre relevant metode i relation til den valgte problemstilling
- at analysere en udvalgt problemstilling til bunds
- at formidle viden i en sikker form, som overholder principperne for akademisk skriftlig og mundtlig fremstilling på fremmedsproget.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- selvstændigt at arbejde teoretisk og praktisk med virksomheders og organisationers image og identitet
- selvstændigt at indgå i (tvær)fagligt samarbejde omkring komplekse opgaver og problemstillinger med en professionel tilgang med høj grad af sikkerhed
- at strukturere en arbejdsproces omkring en specifik opgave i en gruppe i en professionel sammenhæng
- kontinuerligt at udvikle kompetencer inden for PBL
- at være bevidst om egne kompetencer og progression inden for PBL.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Virksomhedens image og identitet
Prøveform	<p>Mundtlig pba. projekt</p> <p>Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport samt et individuelt udarbejdet reflektionsark efter gældende bestemmelser. Projektrapporten betragtes som gruppens fælles ansvar. Projektrapporten, der udarbejdes på fremmedsproget, må højst være på 20 sider pr. studerende, dog højst 25 sider ved individuelle projektrapporter.</p> <p>Normeret prøvetid: 20 min. pr. studerende og 10 minutter pr. gruppe til votering og karaktergivning, dog højst i alt to timer ved store grupper, 30 minutter i alt ved individuelle prøver. Disse angivelser er inklusive tid til votering og karaktergivning.</p> <p>Vægtning: Der foretages en samlet bedømmelse af projektrapporten og den mundtlige præstation.</p> <p>Reeksamen holdes efter samme retningslinjer med udgangspunkt i det reviderede projekt.</p>
ECTS	15
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Image and Identity of the Organisation
Modulkode	KASIVENG2002
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	15
Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg

Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen
----------------	---------------------------------------

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

VIRKSOMHEDEN I DEN GLOBALE VERDEN

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- virksomheden i den globale verden
- virksomhedens kommunikation i den globale verden.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af:

- globaliseringsprocesser set i et økonomisk, kulturelt og teknologisk perspektiv
- organisationskultur og -kommunikation i fremmedsprogsområdet set i globalt perspektiv
- internationale organisationer og konventioner i relation til virksomhedens virke
- virksomhedens sprog- og kommunikationspolitik
- sproglige og retoriske strategier i virksomhedens eksterne kommunikation inden for fremmedsproget.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- på videnskabeligt niveau at redegøre for de globale processers, herunder internationale konventioners, indvirken på virksomhedens betingelser
- at analysere virksomhedens organisationskommunikation i en globaliseringskontekst
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at udarbejde og formidle en organisationskommunikativ strategi på fremmedsproget
- på baggrund af en forståelse af kulturelle forskelles betydning at analysere og udarbejde tekster til brug for virksomhedens eksterne kommunikation med anvendelse af passende (fremmed)sproglige og retoriske strategier.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- selvstændigt at arbejde teoretisk og praktisk med ekstern organisationskommunikation.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningens § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Virksomheden i den globale verden
Prøveform	Skriftlig

	Prøven har form af en bunden 4-dages hjemmeopgave, der indeholder udvalgte elementer fra flere af modulets fagområder. Besvarelsen må højst være på 12 sider.
ECTS	10
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Ekstern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Global Corporate Communication
Modulkode	KASIVENG2003
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	10
Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

VIRKSOMHEDENS PR OG STRATEGISKE MARKEDSKOMMUNIKATION

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- strategisk markedskommunikation
- organisationskommunikation i offentlige medier inden for fremmedsprogsområdet/fremmedsproget.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af:

- virksomhedens markedskommunikation, herunder markedskommunikationens strategiske niveauer, forskellige typologier samt taktisk medievalg
- virksomheders forskellige muligheder for markedskommunikationsstrategier inden for aktuelle temaer
- massemediers indflydelse på virksomheders og organisationers PR
- særlig indsigt i et udvalgt emne inden for modulets fagområder gennem et problembaseret projektarbejde med relation til fremmedsprogsområdet/fremmedsproget.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- at analysere virksomhedens markedskommunikation
- at udvælge og udarbejde markedskommunikationsstrategier inden for udvalgte temaer
- at anvende principper for problembaseret læring og projektarbejde på et niveau, der bygger oven på bachelorniveau
- på et videnskabeligt grundlag at reflektere over fagområdets viden samt at identificere videnskabelige problemstillinger.
- at formidle, begrunde og diskutere valg af videnskabsteoretisk tilgang, metode og teori i relation til en udvalgt problemstilling
- at mestre relevant metode i relation til den valgte problemstilling
- at analysere en udvalgt problemstilling til bunds
- at formidle viden i en sikker form, som overholder principperne for akademisk skriftlig og mundtlig fremstilling på fremmedsproget.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- selvstændigt at arbejde teoretisk og praktisk med virksomheders og organisationers PR og strategiske markedskommunikation
- selvstændigt at indgå i (tvær)fagligt samarbejde omkring komplekse opgaver og problemstillinger med en professionel tilgang med høj grad af sikkerhed
- kontinuerligt at udvikle kompetencer inden for PBL
- at være bevidst om egne kompetencer og progression inden for PBL.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningens § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Virksomhedens PR og strategiske markedskommunikation
Prøveform	<p>Mundtlig pba. projekt</p> <p>Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport samt et individuelt udarbejdet refleksionsark efter gældende bestemmelser.</p> <p>Projektrapporten betragtes som gruppens fælles ansvar. Projektrapporten, der udarbejdes på fremmedsproget, må højst være på 20 sider pr. studerende, dog højst 25 sider ved individuelle projektrapporter.</p> <p>Normeret prøvetid: 20 min. pr. studerende og 10 minutter pr. gruppe til votering og karaktergivning, dog højst i alt to timer ved store grupper, 30 minutter i alt ved individuelle prøver. Disse angivelser er inklusive tid til votering og karaktergivning.</p> <p>Vægtning: Der foretages en samlet bedømmelse af projektrapporten og den mundtlige præstation.</p> <p>Reeksamen holdes efter samme retningslinjer med udgangspunkt i det reviderede projekt.</p>
ECTS	15
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Ekstern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Public Relations and Strategic Market Communication of the Company
Modulkode	KASIVENG2004
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	15

Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

PROJEKTORIENTERET FORLØB SAMT MUNDTLIG SPROGFÆRDIGHED OG FORMIDLING PÅ FREMMEDSPROGET

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- projektorienteret forløb i en dansk eller en udenlandsk virksomhed
- skriftlig opgave relateret til det projektorienterede forløb på fremmedsproget.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af:

- generel forretningsforståelse med udgangspunkt i den studerendes projektorienterede forløb
- et udvalgt fagområde, der relaterer sig til det projektorienterede forløb

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- at omsætte den erhvervede teoretiske viden om international virksomhedskommunikation i en praksisorienteret sammenhæng
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau og med inddragelse af relevant teori og viden at anvende sin viden om det valgte fagområde i en opgave, der behandler et udvalgt emne med relation til det projektorienterede forløb
- at præsentere og formidle sine resultater skriftligt og mundtligt i en grammatisk og idiomatisk korrekt form og med en passende terminologi.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- på grundlag af sin generelle forretningsforståelse at anvende de opnåede teoretiske og praktiske kompetencer professionelt i en virksomhedsmæssig kontekst
- at planlægge sit arbejde og gennemføre konkrete akademiske arbejdsopgaver selvstændigt og i samarbejde med andre
- at begå sig i et interkulturelt arbejdsmiljø
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at tage ansvar for egen faglig udvikling i samarbejde med den valgte virksomhed/organisation.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Projektorienteret forløb
Prøveform	<p>Skriftlig og mundtlig</p> <p>Prøven foregår som en diskussion på fremmedsproget mellem den studerende, eksaminator og den interne medbedømmer med udgangspunkt i en fri skriftlig hjemmeopgave i et til det projektorienterede forløb relateret emne.</p> <p>Hjemmeopgaven afleveres sammen med en erfaringsrapport og en bekræftelse fra virksomheden/organisationen på gennemført projektorienteret forløb. Emnet skal godkendes af vejlederen.</p> <p>Den skriftlige hjemmeopgave må højst være på 15 sider. Erfaringsrapporten må højst være på 3 sider. Normeret prøvetid: 30 min.</p> <p>Vægtning: Der gives en samlet karakter for hjemmeopgaven, erfaringsrapporten og den mundtlige præstation. Hovedvægten lægges på den skriftlige præstation.</p>
ECTS	25
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

Prøvens navn	Mundtlig sprogfærdighed, præsentation og formidling
Prøveform	<p>Mundtlig</p> <p>Den mundtlige samtale skal sammen med prøven i Projektorienteret forløb demonstrere de læringsmål, som er angivet i modulbeskrivelsen ovenfor.</p> <p>Reeksamen: En eventuel omprøve har form af en samtale mellem den studerende og eksaminator med udgangspunkt i en fremmedsproget tekst om et emne i relation til den studerendes opgave.</p> <p>Der er en forberedelsestid på 30 minutter før prøvens afholdelse. Alle hjælpemidler må anvendes.</p> <p>Normeret prøvetid ved reeksamen: 20 min.</p>
ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Project-oriented course (the foreign language)
Modulkode	KASIVENG2005
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	30
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

KANDIDATSPECIALE

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- udarbejdelse af et kandidatspeciale på dansk eller fremmedsproget efter den studerendes eget valg inden for et emneområde, som relaterer til uddannelsens centrale vidensområder, idet fremmedsproget/fremmedsprogsområdet skal indgå i et rimeligt omfang.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden om og forståelse af:

- dybtgående viden om teorier og praksis inden for det valgte specialefelt
- særlig indsigt i et udvalgt emne inden for uddannelsens centrale fagområder gennem et kandidatspeciale, der baserer sig på højeste internationale forskning
- fortrolighed med videnskabelige principper.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- at identificere videnskabelige problemstillinger og reflektere herover
- på et videnskabeligt grundlag at foretage problemafgrænsning og problemanalyse på videnskabeligt niveau
- på videnskabeligt niveau at tage kritisk stilling til samt udvælge videnskabelige metoder og teorier
- inden for fagområdet at mestre videnskabelige metoder og teorier inden for det udvalgte emne
- at perspektivere emnet og inddrage det i nye sammenhænge
- at formidle og diskutere komplekse faglige problemstillinger i en velargumenteret og velformuleret form.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer til:

- at argumentere på et videnskabeligt grundlag
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at tage ansvar for egen faglig udvikling og specialisering
- at kunne styre arbejds- og udviklingssituationer inden for uddannelsens faglighed, der er komplekse, uforudsigelige og forudsætter nye løsningsmodeller
- kontinuerligt at udvikle kompetencer inden for PBL
- at være bevidst om og præcist kunne gøre skriftligt og mundtligt rede for egne kompetencer og progression inden for PBL samt hvordan kompetencerne kan omsættes til praksis i en professionel sammenhæng.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningens § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Kandidatspeciale
Prøveform	<p>Speciale/afgangsprojekt En ekstern kombineret skriftlig og mundtlig prøve i: Kandidatspeciale (Master's Thesis).</p> <p>Prøven foregår som en samtale mellem den studerende, eksaminator og censor på grundlag af et af den/de studerende udarbejdet kandidatspeciale samt et individuelt udarbejdet refleksionsark efter gældende bestemmelser.</p> <p>Specialet skal være på mindst 35 og må højst være på 70 sider pr. studerende, højst 80 sider ved individuelle specialer. Specialet udarbejdes på dansk eller fremmedsproget efter den/de studerendes valg.</p> <p>Resume: Specialet skal indeholde et resume på dansk eller fremmedsproget. Hvis specialet udarbejdes på fremmedsproget, kan resumeet skrives på dansk eller fremmedsproget. Hvis specialet udarbejdes på dansk, skal resumeet skrives på fremmedsproget. Resumeet skal være på mindst 1 og må højst være på 2 sider (indgår ikke i de for kandidatspecialet fastsatte minimum- og maksimumsidetal pr. studerende).</p> <p>Vægtning: Der foretages en samlet bedømmelse af den skriftlige del, resumeet og den mundtlige præstation. Hovedvægten lægges på den skriftlige præstation.</p> <p>Besvarelsen skal demonstrere de læringsmål, som er angivet i modulbeskrivelsen ovenfor.</p> <p>Normeret prøvetid: 45 min.</p>
ECTS	30
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Ekstern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Master's Thesis
Modulkode	KASIVENG2006
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	30

Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

CSR- OG BÆREDYGTIGHEDSKOMMUNIKATION

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter kursus og opgaver inden for følgende fagområde:

- virksomhedens samfundsansvar (CSR) og bæredygtighed (sustainability)
- virksomhedens strategiske arbejde med samfundsansvar (CSR) og bæredygtighed (sustainability)
- virksomhedens arbejde med FN's 17 verdensmål for bæredygtig udvikling
- kommunikation af virksomhedens samfundsansvar og bæredygtighed i forhold til forskellige stakeholdere.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- virksomhedens samfundsansvar (CSR)
- virksomhedens tilgang til bæredygtighed (sustainability)
- virksomhedens arbejde med FN's 17 verdensmål
- den strategiske betydning af CSR og sustainability (herunder verdensmålene) for virksomhedens udvikling og drift
- den strategiske betydning af kommunikation af CSR og sustainability (herunder verdensmålene)
- CSR og bæredygtighedstilgangens rolle i samspil med virksomhedens forskellige stakeholdere.

FÆRDIGHEDER

- at analysere og vurdere praktiske problemstillinger relateret til virksomhedens samfundsansvar, bæredygtighed og arbejde med verdensmålene
- at udvikle strategier og indsatsområder for virksomhedens samfundsansvar og bæredygtighed (herunder verdensmålene)
- at analysere, diskutere og vurdere en virksomheds styring og kommunikation af bæredygtighed og det samfundsmæssige ansvar (herunder verdensmålene)
- at udvikle strategier for kommunikation af virksomhedens samfundsansvar og bæredygtighed (herunder verdensmålene).

KOMPETENCER

- i tværfagligt samarbejde at planlægge og indgå praktisk i arbejdet med virksomhedens samfundsansvar, bæredygtighed og verdensmålene
- at kunne udvikle, planlægge og vurdere strategier for kommunikation af virksomhedens samfundsansvar og bæredygtighed (herunder verdensmålene) til forskellige stakeholdere
- selvstændigt at kunne fortsætte egen kompetenceudvikling inden for området.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	CSR- og bæredygtighedskommunikation
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er præsenteret inden for det udvalgte område.

	Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	CSR and Sustainability Communication
Modulkode	KASIV205
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

STRATEGISK LEDELSE AF VIDENSKOMMUNIKATION

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Kurset giver en indføring i de centrale og aktuelle problemstillinger, der konstituerer feltet strategisk videnskommunikation.

Indholdsmæssigt sætter kurset sig sammen af to spor. Et spor, der beskæftiger sig med virksomhedens strategi og ledelse generelt. Strategi og ledelse udgør fundamentet for det andet spor. I det andet spor bliver der gået i dybden med udvalgte, aktuelle temaer og problemer inden for den strategiske ledelse af videnskommunikation. Vi vil her se på videnledelse, den lærende & den vidende organisation, videnintensive virksomheder, videnregnskaber og kompleksitetsteori.

Ud over at kurset således giver et bredt teoretisk fundament i relation til centrale aspekter af den strategiske tilgang til ledelse af videnskommunikation, er kurset ligeledes kendetegnet ved en anvendelsesorienteret komponent. Det betyder, at kurset løbende omsætter det teoretiske fundament til praksis i forhold til at identificere, analysere og vurdere udvalgte, relevante videnskommunikative problemstillinger, der knytter sig til virksomhedens strategiske videnskommunikation med de stakeholdere, som virksomheden er afhængig af.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- en strategisk tilgang til ledelse af virksomheders videnskommunikation
- grundlæggende teorier inden for videnledelse.

FÆRDIGHEDER

- at anvende principperne for problembaseret læring i relation til strategisk ledelse af videnskommunikation
- at identificere, analysere og vurdere virksomheders problemstillinger i relation til videnledelse
- at designe teoretisk velfunderede løsningsforslag til videnskommunikative problemstillinger.

KOMPETENCER

- at se videnledelse fra en strategisk vinkel
- at formidle sin teoretiske viden i relation til videnledelse og omsætte den til praktisk videnledelse.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Strategisk ledelse af videnskommunikation
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er præsenteret inden for det udvalgte område. Opgaven bedømmes af eksaminator.

ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Strategic Management of Knowledge Communication
Modulkode	KASIV202
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	5
Undervisningssprog	Dansk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

TURISMEKommunikation OG DESTINATIONSBRANDING

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Formålet med dette modul er at introducere den studerende til turismens kommunikative landskab og igennem forskellige teorier og tilgange til dette komplekse felt at udvikle den studerendes forståelse af og evne til at udvikle og planlægge kommunikative elementer til brug i en specifik turismekontekst. Turismens mange forskellige interessenter og aktører vil danne basis for modulet, og der vil være fokus på forståelsen af kompleksiteten i turismeproduktet og kommunikative strategier som følge heraf.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- tilgange til turismekommunikation og destinationsbranding og den kontekst den eksisterer i
- interessenter og aktører involveret i turismekommunikation og destinationsbranding
- teorier indenfor turismekommunikation og destinationsbranding (herunder hvordan turismeproduktet adskiller sig fra andre produkter).

FÆRDIGHEDER

- at identificere særlige problemstilling i turismekommunikation og destinationsbranding
- at analysere turismekommunikation og destinationsbranding.

KOMPETENCER

- at reflektere kritisk over kommunikation og branding i en turismekontekst
- at udvikle og planlægge kommunikation til en specifik turismekontekst.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Turismekommunikation og destinationsbranding
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er præsenteret inden for det udvalgte område. Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler

Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Tourism Communication and Destination Branding
Modulkode	KASIV203
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	5
Undervisningssprog	Dansk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

HR- OG LEDELSESKOMMUNIKATION

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet beskæftiger sig med HR- og ledelseskommunikation.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- HR og ledelseskommunikation som disciplin
- centrale teorier, modeller og koncepter inden for strategisk HRM
- sammenhænge mellem organisationens mission/vision/værdier og strategisk HRM ud fra et kommunikativt perspektiv.

FÆRDIGHEDER

- at planlægge og lede centrale HR-initiativer med basis organisationens strategi
- at udvikle HR-kommunikationsstrategier
- at evaluere HR-initiativer.

KOMPETENCER

- at integrere centrale HR-initiativer i deres større, organisationsstrategiske sammenhæng
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at fortsætte egen kompetenceudvikling inden for fagområdet.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningens § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	HR og ledelseskommunikation
Prøveform	Skriftlig En bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er alment kendte inden for det udvalgte område af HR- og ledelseskommunikation. Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

YDERLIGERE INFORMATIONER

Modulet HR- og ledelseskommunikation (KASIV201814) erstatter fra forår 2020 modulet Intern organisationskommunikation (KASIV201812).

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	HR and Management Communication
Modulkode	KASIVENG2011
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

DEN SOCIALE ORGANISATION

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- Sociologiske perspektiver på organisationer

LÆRINGSMÅL

VIDEN

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Viden og forståelse af:

- sociologiske faktorerers indflydelse på social interaktion, netværksdannelse og læring i en organisation.

FÆRDIGHEDER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Færdigheder i:

- at analysere arbejdssituationer påvirket af sociale faktorer.
- at identificere situationer, der giver mulighed for organisatorisk og/eller interkulturel læring.

KOMPETENCER

Når modulet er afsluttet, skal den studerende kunne demonstrere:

Kompetencer i:

- at forholde sig reflektivt til social interaktion og kulturmøder i organisationer og kunne anvende disse som udgangspunkt for organisationsudvikling.
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at fortsætte kompetenceudvikling inden for området.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningens § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Den sociale organisation
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de temaer, teorier og metoder, som er blevet præsenteret i kurset. Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5

Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve
Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	The Social Organization
Modulkode	KASIVENG2012
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

FORBRUGERKULTUR OG BRANDING

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Modulet omfatter:

- Forbrugergrupper og forbrugerkultur.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- udvalgte metoder til at opnå en grundlæggende indsigt i forbrugergrupperes kultur
- grundlæggende teorier om og tilgange til forståelse af forbrugergrupper og forbrugerkultur
- markeds kommunikation, med særlig fokus på branding i sammenhæng med forbrugergrupper og forbrugerkultur.

FÆRDIGHEDER

- at identificere og beskrive udviklingstendenser i forbrugergrupperes værdier, kultur og adfærd
- at udvikle strategi for hvordan forbrugergrupperes værdier, kultur og adfærd kan anvendes i en branding kontekst.

KOMPETENCER

- at anvende indsigt i forbrugergrupperes kultur til markedsføring (branding) og kommunikation med udvalgte forbrugergrupper
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at fortsætte egen kompetenceudvikling inden for fagområdet.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Forbrugerkultur og branding
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er præsenteret inden for det udvalgte område. Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5
Tilladte hjælpemidler	Alle skriftlige og alle elektroniske hjælpemidler
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve

Vurderingskriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning
---------------------	---

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Consumer Groups and Branding
Modulkode	KASIV207
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

SOCIAL MARKETING OG ADFÆRDSDESIGN

2022/2023

MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Formålet med dette modul er at kvalificere den studerende til at planlægge, analysere, og implementere kampagner inden for feltet social marketing, som skal forstås som marketing, der har til formål at påvirke og/eller ændre menneskers adfærd. Eksempler på social marketing kampagner kan således være relateret til en bred vifte af emner såsom adfærd i forhold til miljø, kriminalitetsforebyggelse, sundhed, integration, trafikssikkerhed, gruppeadfærd, etc. En del af modulet vil endvidere fokusere specifikt på adfærdsdesign (også kaldet nudging) i teori og praksis, herunder forholdet mellem adfærdsdesign, kontekst og menneskers adfærd.

LÆRINGSMÅL

VIDEN

- det teoretiske felt som omkranser social marketing (herunder også forskellen på social og "almindelig" kommerciel marketing) og adfærdsdesign
- centrale modeller og teorier inden for social marketing og adfærdsdesign, inklusiv relevante sociokulturelle teorier
- ændringer i konteksten, online og i den fysiske verden, som årsag til menneskers ændrede adfærd.

FÆRDIGHEDER

- at arbejde strategisk og praktisk med social marketing og adfærdsdesign
- at tilrettelægge, analysere, implementere og evaluere kampagner og andre projekter, hvor formålet er at ændre en udvalgt målgruppes adfærd
- at arbejde med og som del af social marketing teams og organisationer

KOMPETENCER

- at planlægge social marketing kampagner og adfærdsdesign, som kan medvirke til forandring.

UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

EKSAMEN

PRØVER

Prøvens navn	Social marketing og adfærdsdesign
Prøveform	Skriftlig Prøven har form af en bunden skriftlig 2-dages hjemmeopgave. Besvarelsen må højst være på 6 sider. Den studerende skal på baggrund af en opgave stillet af kursusholder demonstrere kendskab til de teorier og metoder, der er præsenteret inden for det udvalgte område. Opgaven bedømmes af eksaminator.
ECTS	5
Bedømmelsesform	7-trins-skala
Censur	Intern prøve

Vurdering skriterier	Vurderingskriterierne er angivet i Universitetets eksamensordning
-------------------------	---

FAKTA OM MODULET

Engelsk titel	Social Marketing and Nudging
Modulkode	KASIV201
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	Aase Voldgaard Larsen

ORGANISATION

Studienævn	Studienævn for International Virksomhedskommunikation
Institut	Institut for Kultur og Læring
Fakultet	Det Humanistiske og Samfundsvidenskabelige Fakultet

CONTEMPORARY LATIN AMERICAN STUDIES

2022/2023

CONTENT, PROGRESS AND PEDAGOGY OF THE MODULE

Objectives

The objective of this module is:

- To provide students with an understanding of the main issues and dynamics of contemporary political and social issues in Latin America
- To enable students to understand the tensions generated by development policies in the region and to understand the multi-faceted challenges to contemporary citizenship
- To allow students to engage with and apply a range of selected theoretical perspectives to concrete cases and issues

Content

The module includes themes within:

- Political changes and new challenges for Latin America
- Contemporary Latin American development challenges
- The politics of human rights in Latin America

The module will form the basis of further theoretical and practical work within the field in the project module of the semester.

LEARNING OBJECTIVES

KNOWLEDGE

- Possess basic knowledge and understanding of contemporary political, social and development issues in Latin America and the various approaches to the study of these

SKILLS

- Have the ability to apply theories and understanding to concrete empirical cases and issues in Latin America

COMPETENCES

- Can reflect on and analyse contemporary Latin American issues from a practical and theoretical perspective

TYPE OF INSTRUCTION

The module consists of lectures and seminars, possibly with exercises and student contributions.

EXAM

EXAMS

Name of exam	Contemporary Latin American Studies
Type of exam	Oral exam

	<p>The examination for Contemporary Latin American Studies is an internally assessed individual oral examination. The examination will take the form of a conversation between the student and the examiners about a question posed within the syllabus of the module.</p> <p>Duration of examination: 20 min, including deliberations and announcement of result.</p> <p>Preparation time: 20 minutes</p>
ECTS	5
Assessment	7-point grading scale
Type of grading	Internal examination
Criteria of assessment	The criteria of assessment are stated in the Examination Policies and Procedures

FACTS ABOUT THE MODULE

Danish title	Contemporary Latin American Studies
Module code	DIRES006
Module type	Course
Duration	1 semester
Semester	Autumn
ECTS	5
Language of instruction	English
Location of the lecture	Campus Aalborg
Responsible for the module	Malayna Raftopoulos

ORGANISATION

Study Board	Study Board of International Affairs
Department	Department of Politics and Society
Faculty	Faculty of Social Sciences and Humanities

SOCIAL MOVEMENTS AND CIVIL SOCIETY IN MODERN LATIN AMERICA

2022/2023

CONTENT, PROGRESS AND PEDAGOGY OF THE MODULE

Objectives

The objectives of the module are

- To provide students with an overview of the critical issues facing Latin America today
- To understand the complex character of the society-environment nexus
- To offer an insight into contemporary social movements and civil society organisations in Latin America
- To engage and apply a range of selected theoretical perspectives to concrete cases and issues

Content

The module includes themes within:

- Latin American cultures and societies
- Natural resources and the environment in Latin America
- Social movements and civil society in modern Latin America

The module will form the basis of further theoretical and practical work within the field in the project module of the semester.

LEARNING OBJECTIVES

KNOWLEDGE

- Possess basic knowledge and understanding of contemporary themes and issues facing Latin American and the various approaches to the study of these

SKILLS

- Have the ability to apply theories and understanding to concrete empirical cases and issues in Latin America
- Ability to engage and apply a range of selected theoretical perspectives to concrete cases and issues in Latin America

COMPETENCES

- Can reflect and analyse contemporary Latin American issues from a practical and theoretical perspective

TYPE OF INSTRUCTION

The module consists of lectures and seminars, possibly with exercises and student contributions.

EXAM

EXAMS

Name of exam	Social Movements and Civil Society in Modern Latin America
Type of exam	Written exam

	The examination for Social Movements and Civil Society in Modern Latin America is an internally assessed individual written examination. The examination consists of a 48-hour take-home assignment comprising of two questions based on issues covered within the subject area of Social Movements and Civil Society in Modern Latin America. The assignment paper must not exceed six pages.
ECTS	5
Assessment	7-point grading scale
Type of grading	Internal examination
Criteria of assessment	The criteria of assessment are stated in the Examination Policies and Procedures

FACTS ABOUT THE MODULE

Danish title	Social Movements and Civil Society in Modern Latin America
Module code	DIRES015
Module type	Course
Duration	1 semester
Semester	Spring
ECTS	5
Language of instruction	English
Location of the lecture	Campus Aalborg
Responsible for the module	Malayna Raftopoulos

ORGANISATION

Study Board	Study Board of International Affairs
Department	Department of Politics and Society
Faculty	Faculty of Social Sciences and Humanities