



AALBORG UNIVERSITET

**STUDIEORDNING FOR  
KANDIDATUDDANNELSEN I  
INTERNATIONAL  
VIRKSOMHEDSKOMMUNIKATION I  
ENGELSK, 2022**

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
Multimodal og grafisk kommunikation 2022/2023 .....	22
Krisekommunikation og kriseledelse 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

# 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 anvende digitale hjælpemidler ifm. oversættelse og tekstproduktion samt reflektere over brugen af sådanne hjælpemidler på et niveau, der bygger oven på bachelorniveau
- 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	KAINV2201
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	10
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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 og virksomheders muligheder for strategier i denne forbindelse, herunder online reputation management og krisekommunikation ifm. kontroverser på sociale medier
- metoder til analyse af virksomheders og organisationers image og identitet, formidlet via forskellige kanaler, fx digitale medier
- 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 og via udvalgte kommunikationskanaler, fx digitale kanaler
- 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
- kvalificeret informationssøgning, -indsamling og -behandling inden for modulets fagområder samt samarbejde, projektplanlægning og -styring, med inddragelse af relevante (digitale) ressourcer
- 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 refleksionsark 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	KAINV2202
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	15

Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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, herunder betydningen af digital forbundenhed
- 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, bl.a. inden for online kommunikation og digitale genrer.

### 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, herunder digital kommunikation
- 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, bl.a. digital kommunikation.

### 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	KAINV2203
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	10
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

### 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, herunder digitale medier
- virksomheders forskellige muligheder for markedskommunikationsstrategier inden for aktuelle temaer og aktuelle (digitale) medieplatforme
- 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 og udvalgte (digitale) medieplatforme, fx social media marketing, herunder influencer marketing, online content marketing og brand communities
- 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
- kvalificeret informationssøgning, -indsamling og -behandling inden for modulets fagområder samt samarbejde, projektplanlægning og -styring, med inddragelse af relevante (digitale) ressourcer
- 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	KAINV2204
Modultype	Projekt

Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	15
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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>Mundtlig pba. projekt</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.</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	KAINV2205
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	30
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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, herunder kompetencer til kvalificeret informationssøgning, -indsamling og -behandling inden for det udvalgte fagområde samt samarbejde, projektstyring og -planlægning med inddragelse af relevante digitale ressourcer
- 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	KAINV2206
Modultype	Projekt
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	30

Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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	KAINV2207
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	5
Undervisningsprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## ORGANISATION

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

# MULTIMODAL OG GRAFISK KOMMUNIKATION

2022/2023

## MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Formålet med dette modul er at introducere den studerende til multimodal og grafisk kommunikation og gennem forskellige teorier og praktiske cases udvikle den studerendes forståelse af og kompetencer til at udvikle, planlægge og gennemføre formidling med anvendelse af multimodale og grafiske værktøjer. Der kan være tale om kommunikation i virksomheds- og organisationssammenhænge via fx video, animation, lyd/podcast og grafiske værktøjer .

### LÆRINGSMÅL

#### VIDEN

- tilgange og teorier inden for multimodal og grafisk kommunikation og formidling i virksomheds- og organisationssammenhænge
- kontekster, interesser og målgrupper for strategisk multimodal og grafisk virksomheds- og organisationskommunikation
- introduktion til forskellige former for digitale værktøjer til multimodal og grafisk kommunikation og formidling via fx video, animation, lyd/podcast og grafik.

#### FÆRDIGHEDER

- at arbejde strategisk og praktisk med multimodal og grafisk kommunikation og formidling i virksomheds- og organisationssammenhænge, herunder overveje relevante digitale formidlingsformer og strategier og reflektere over brugen af disse
- at udvikle, tilrettelægge, analysere, gennemføre og evaluere multimodale og grafiske kommunikationsprodukter i form fx video, animation, lyd/podcast og grafik.

#### KOMPETENCER

- at udvikle og planlægge kommunikation til en specifik virksomheds- eller organisationskontekst ved brug af multimodale og grafiske værktøjer
- at reflektere kritisk over multimodal og grafisk kommunikation og formidling i en virksomheds- og organisationssammenhæng.

### UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

### EKSAMEN

#### PRØVER

Prøvens navn	Multimodal og grafisk kommunikation
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	Multimodal and Graphic Communication
Modulkode	KAINV2214
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	5
Undervisningssprog	Dansk
Tomplads	Ja
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## ORGANISATION

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

# KRISEKommunikation OG KRISELEDELSE

2022/2023

## MODULETS INDHOLD, FORLØB OG PÆDAGOGIK

Kurset tager udgangspunkt i, at organisationer, virksomheder og institutioner opererer i en verden, der i stadig stigende grad er præget af forandringer, disruptions og kriser. Kriseledelse og krisekommunikation ses som naturligt integreret i hinanden.

Kurset arbejder med strategisk kriseledelse i forhold til to aspekter: For det første er der fokus på krisens omfang og type, dvs. er det fx en krise på et marked, i relation til et produkt, i relation til medarbejdere, andre stakeholdere eller til image og reputation. For det andet ligger vægten på krisens typiske faser. Den klassiske og 'reaktive' tilgang suppleres med teorier om emergent og 'proaktiv' kriseledelse, herunder med inddragelse af teorier om issues management, risk management, public affairs og strategic foresight.

Kurset arbejder med strategisk krisekommunikation i forhold til to perspektiver: For det første med design af krisekommunikation i relation til de stakeholdere (interne såvel som eksterne), som organisationen er afhængig af. For det andet med design af krisekommunikation i relation til krisens omfang eller type. Herunder arbejdes der med 'ongoing crisis communication', og forholdet mellem krisekommunikation og image, identity og reputation.

## LÆRINGSMÅL

### VIDEN

- kriseledelse og krisekommunikation som discipliner
- centrale teorier, modeller og koncepter inden for reaktiv og proaktiv kriseledelse og krisekommunikation.

### FÆRDIGHEDER

- at identificere organisatoriske kriser og deres type
- at udvikle kriseledelses- og krisekommunikationsstrategier
- at designe hensigtsmæssig krisekommunikation.

### KOMPETENCER

- at integrere centrale kriseledelses- og krisekommunikationsteorier i deres organisationsstrategiske sammenhæng
- selvstændigt og på videnskabeligt niveau at fortsætte egen kompetenceudvikling inden for fagområdet.

## UNDERVISNINGSFORM

Se studieordningen § 17.

## EKSAMEN

### PRØVER

Prøvens navn	Krisekommunikation og kriseledelse
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	Crisis Communication and Crisis Management
Modulkode	KAINV2215
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Efterår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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	KAINV2210
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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	KAINV2211
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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	KAINV2212
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## 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, trafikikkerhed, 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, herunder overveje relevante digitale medier og strategier og reflektere over inddragelsen af disse
- at tilrettelægge, analysere, implementere og evaluere kampagner og andre projekter, hvor formålet er at ændre en udvalgt målgruppes adfærd, bl.a. ved hjælp af digitale medier og strategier
- 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	KAINV2213
Modultype	Kursus
Varighed	1 semester
Semester	Forår
ECTS	5
Undervisningssprog	Engelsk
Undervisningssted	Campus Aalborg
Modulansvarlig	<a href="#">Aase Voldgaard Larsen</a>

## ORGANISATION

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