



HÖGSKOLAN FÖR LÄRANDE  
OCH KOMMUNIKATION  
HÖGSKOLAN I JÖNKÖPING

# Medie- och kommunikationsvetenskap, 21-40 poäng

KURSPLAN OCH LITTERATURLISTA

HLK

Kursplanen fastställd av  
Nämnden för MKV-programmet  
2004-04-15  
Reviderad  
2005-01-26

Kurskod: LKMB04  
Nivå: 21 - 40  
Utb.omr: SA 90%/TE 10%  
Ämneskod: MKA

---

## **Medie- och kommunikationsvetenskap, 21 – 40 p (Media and Communication Studies, 21 - 40 credit points, 30 ECTS credits)**

Kursen innehåller fyra delkurser

- Visuell kommunikation, 5 poäng
- Kommunikation på organisationsnivå, 5 poäng
- Medie- och kommunikationsvetenskapliga metoder I, 5 poäng
- Uppsats, 5 poäng

### **Delkurs 1: Visuell kommunikation, 5 poäng**

#### **Syfte**

Delkursen syftar till att studenterna utvecklar teoretisk insikt i analytiska begrepp och redskap för att kunna analysera visuella uttryck och bildspråkliga koder som ingår i den kommunikativa processen. Delkursen syftar också till att studenterna förvärvar kunskaper om den visuella kulturen där traditionella bilder enbart utgör en aspekt. Ett ytterligare syfte är att utveckla studenternas färdigheter i skriftlig och muntlig framställning. Delkursen erbjuds också som valbar på engelska för programstudenter och internationella studenter. Se särskild kursplan.

#### **Innehåll**

Den visuella kulturens skiftande uttrycksformer  
Filosofiska, lingvistiska och visuella teoribildningar  
Vetenskapliga redskap för bildanalyser och visuella uttryck  
Samspelet mellan bild och text  
Presentationsteknik; skriftlig och muntlig framställning

*I delkursen ingår såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet och interkulturella aspekter, samt IT-kunskaper och språk.*

## **Delkurs 2: Kommunikation på organisationsnivå, 5 poäng**

### **Syfte**

Delkursen syftar till att studenterna utvecklar kunskaper om kommunikationens villkor och möjligheter för att nå uppställda verksamhetsmål. Delkursen syftar också till att studenterna förvärvar kunskaper om organisationsteori. Ett ytterligare syfte är att belysa betydelsen av organisationers strategiska kommunikation.

### **Innehåll**

Teorier, begrepp och modeller inom området organisationskommunikation  
Kommunikations- och beslutsprocesser i organisationer  
Att kommunicera varumärke  
PR – strategisk kommunikation  
Professionellt kommunikationsarbete i praktiken; yrkesroller

*I delkursen ingår såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet och interkulturella aspekter, samt IT-kunskaper och språk.*

## **Delkurs 3: Medie- och kommunikationsvetenskapliga metoder I, 5 poäng**

### **Syfte**

Delkursen syftar till att studenterna utvecklar kunskaper om vetenskapliga metoder som används inom medie- och kommunikationsvetenskapen. Delkursen syftar också till att studenterna utvecklar färdigheter att tillämpa såväl kvantitativa som kvalitativa metoder. Delkursen är också en förberedelse för den fjärde delkursen, Uppsats.

### **Innehåll**

Kvantitativ metod: beskrivande statistik och hypotesprövande metoder  
Kvalitativ metod: intervju, observationer, dokument- och innehållsanalyser  
Datorstött bearbetning av kvantitativ och kvalitativ data

*I delkursen ingår såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet och interkulturella aspekter, samt IT-kunskaper och språk.*

## **Delkurs 4: Uppsats, 5 poäng**

### **Syfte**

Delkursen syftar till att studenterna utvecklar färdigheter att producera ett vetenskapligt arbete i form av en uppsats inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga ämnesområdet. Delkursen erbjuds också som valbar på engelska för programstudenter och internationella studenter. Se särskild kursplan.

### **Innehåll**

Sammanställandet av ett vetenskapligt arbete  
Opposition

*I delkursen ingår såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet och interkulturella aspekter, samt IT-kunskaper och språk.*

### **Undervisningens karaktär**

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier, gruppövningar, laborationer och handledning. Undervisningen kräver aktiv närvaro och engagemang.

### **Examination och betyg**

Examination sker i form av skriftliga och/eller muntliga prov, självständiga arbeten och grupparbeten, samt genom aktivt deltagande i undervisningen. Som betyg används något av uttrycken Väl Godkänd, Godkänd eller Underkänd. För att erhålla sammanfattningsbetyget Väl Godkänd krävs betyget VG på minst tre av de fyra delkurserna.

*För närvarande avvaktas beslut om införandet av det gemensamma europeiska betygssystemet ECTS på svenska utbildningar.*

### **Kurslitteratur**

Kurslitteratur förtecknas i bilaga.

### **Former för kursvärdering**

Kursvärderingar sker fortlöpande vid slutet av varje delkurs.

### **Tillträdeskrav**

För tillträde till kursen krävs godkänt resultat på Medie- och kommunikationsvetenskap 1 – 20 poäng eller motsvarande innehåll.

### **Övrigt**

För de delkurser som erbjuds som valbara på engelska för programstudenter och internationella studenter finns särskilda kursplaner upprättade.

# LITTERATURLISTA

2004-04-15, 2005-12-21, 2007-01-30

## Medie- och kommunikationsvetenskap, 21 – 40 poäng

### Visuell kommunikation, 5 poäng

Antal sid:

Aspers, Patrik; Fuehrer, Paul och Sverrisson, Arni (red.) (2004) *Bild och samhälle. Visuell analys som vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Bergström, Bo (2004) *Effektiv visuell kommunikation*. 5:e rev. uppl. Stockholm: Carlssons.

Åstrand, Anders (2001) *Kommunikationens möjligheter* (häfte som tillhandahålles av kursledaren).

*Texter om bild och form* (kompendium som tillhandahålles av kursledaren):

### Referenslitteratur:

Gripsrud, Jostein & Andersson, Sten (2002) *Mediekultur, Mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos (valda delar)

Johannesson, Lena (1997) *Den massproducerade bilden: ur bildindustrialismens historia*. Stockholm: Carlsson.

Nordström, Gert Z. (2003) *Medier, semiotik, estetik*. Jönköping: Jönköping university press.

Walker, John A. & Sarah Chaplin (1997) *Visual Culture: an introduction*. Manchester & New York: Manchester University Press

### Kommunikation på organisationsnivå, 5 poäng

Angelöw, Bosse & Jonsson, Thom (2000). *Introduktion till socialpsykologi*. 2:a upplagan. Lund: Studentlitteratur.  
ISBN 91-44-00597-0

Erikson, Peter (2005). *Planerad kommunikation: strategiskt ledningsstöd i företag och organisation*.  
Upplaga 4. Malmö: Liber. ISBN 91-47-07724-7 (279 sidor)

Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2003). *Reflexiv kommunikation: nya tankar för strategiska kommunikatorer*.  
Malmö: Liber. ISBN 91-47-06448-X (175 sidor)

Holmberg, Ingalill & Wiman, Mats (2002). *En varumärkt värld: några ledmotiv*.  
Malmö: Liber. ISBN 91-47-06590-7 (122 sidor)

Wahl, Anna & Holgersson, Charlotte (2004). *Det ordnar sig: arbetsbok kring frågor om organisation och kön*.  
Lund: Studentlitteratur. ISBN 91-44-02679-X (101 sidor).

## Medie- och kommunikationsvetenskapliga metoder, 5 poäng

Holme, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn (1997): <i>Forskningsmetodik</i> . Studentlitteratur	339 s.
Thurén, Torsten (2000): <i>Vetenskapsteori för nybörjare</i> . Liber.	148 s.
Östbye, Helge m.fl. (2004): <i>Metodbok för medievetenskap</i> . Liber	286 s.
<b>Uppsats, 5 poäng</b>	
Ejvegård, Rolf (2002): <i>Vetenskaplig metod</i> . Studentlitteratur	176 s.
Artiklar	100 s.
Litteratur efter eget val	600 s.