



Utbildningsplan

för

Marknadskommunikationsprogrammet (IHR)
Marketing Communication Program (IHR)

90.0 Högskolepoäng
90.0 ECTS credits

Programkod:	SMARH
Gäller från:	VT 2016
Fastställt:	2007-03-08
Ändrad:	2016-03-16
Värdinstitution:	Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Denna utbildningsplan är upprättad av Institutionen för reklam och PR och fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden på Stockholms universitet. Reviderad 2010-10-15.

Beslut om upphävande av denna utbildningsplan är fattat av institutionsstyrelse 2016-03-16

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Förutom grundläggande behörighet för universitet och högskola krävs antingen 60 poäng/90hp och ett års praktik med planeringsansvar inom media, informations- eller kommunikationsverksamhet eller fyra års praktik med planeringsansvar inom media, informations- eller kommunikationsverksamhet, t ex försäljning, inköp, reklam, PR eller journalistik.

Alla sökande med grundläggande och särskild behörighet rangordnas efter ett poängsättningssystem som fastställs av institutionsstyrelsen.

Programmets uppläggning

Marknadskommunikationsprogrammet (IHR) är en vidareutbildning för yrkesverksamma inom marknadskommunikation som önskar gå vidare till högre positioner, t.ex. reklambyråchef, marknadschef eller informationschef.

Programmet är ettårigt och omfattar hösttermin, vårttermin och sommaren efter. Teori- och metodkunskaper integreras löpande genom fallstudier, problemlösning och projektarbeten. De senare vävs samman med gruppdynamiska övningar och träning i ledarskap.

Mål

Kunskap och förståelse.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa på bredd och djup i förståelse av aktuell vetenskaplig teoribildning inom huvudområdet för utbildningen, visa på bredd i metodkunskaper inom huvudområdet.

Färdighet och förmåga.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa förmåga att kritiskt analysera och systematiskt integrera teoretiska kunskaper i syfte att identifiera, definiera och lösa problem, visa förmåga att kreativt, analytiskt och kritiskt undersöka, analysera och utvärdera insatser och aktiviteter i marknadskommunikation, visa förmåga till att samordna och leda en organisations olika aktiviteter och insatser i marknadskommunikation, både strategiskt, taktiskt och praktiskt, visa förmåga att organisera och leda utvecklings- och förändringsarbete i marknadskommunikation,

Värderingsförmåga och förhållningssätt.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa förmåga att analysera och redogöra för människors, företags och organisationers ansvar för hållbar kommunikation, visa förmåga att utveckla, planera och samordna insatser och aktiviteter i marknadskommunikation med hänsyn till etiska, juridiska och ekonomiska regelverk och ramar, visa förmåga att analysera och bedöma etiska, juridiska och ekonomiska konsekvenser av insatser och aktiviteter i marknadskommunikation, visa förmåga att självständigt identifiera sin egen kunskaps- och kompetensutveckling.

Kurser

Programmet omfattar följande kurser:

- Marknadskommunikation 30 hp
- Omvärldskommunikation och reklam 30 hp
- Integrerad kommunikation 30 hp

Examen

Med ytterligare 90 högskolepoäng inom andra huvudområden leder programmet till filosofie kandidatexamen i reklam och PR.