

Programbeskrivelse

Master i strategisk kommunikasjon

Heltid

Stedbasert

120 studiepoeng

Gyldig fra 2024

Studiet er akkreditert av NOKUT: 24.02.20

Programbeskrivelsen er godkjent i Lokalt utdanningsutvalg: 12.10.23 (LU/SCLM-sak 15/23)

Innhold

1. Innledning.....	2
1.1 Formelle krav	4
2. Læringsutbytte	5
3. Studiets struktur.....	7
Risk & Crisis Strategy and Communication	7
3.1 Faglig progresjon.....	7
3.2 1. studieår	9
3.3 2. studieår.....	11
3.4 Valgemner og/eller praksisemner	11
3.5 Masteroppgave	11
4. Undervisnings- og vurderingsformer	13
4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	13
4.2 Eksamens- og vurderingsformer	14
5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.....	16
5.1 Ordninger for internasjonalisering.....	16
5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	16

1. Innledning

Master i strategisk kommunikasjon skal gi studentene kompetanse til å bruke fagfeltets teori og metoder til kritisk analyse av målrettet og strategisk kommunikasjon. Strategisk kommunikasjon er en utpreget tverrfaglig disiplin som søker inspirasjon fra ulike fagretninger som organisasjonskommunikasjon, internkommunikasjon, ledelseskommunikasjon, politisk kommunikasjon, PR og markedsføring, men begrepsparet strategisk kommunikasjon samler ulike teoritradisjoner under samme paraply. Med begrepet strategisk forstår vi den målrettede kommunikasjonen utført av en virksomhet for å oppnå sine mål, og virksomheter kan være organisasjoner, private bedrifter, offentlige institusjoner og andre aktører. Med begrepet kommunikasjon forstår vi evnen til å overføre eller utveksle informasjon eller kunnskap mellom mennesker i form av tekst, symbol, bilder, lyd eller lignende. «Strategisk kommunikasjon» er målrettet kommunikasjon, det vil si kommunikasjon som planlegges og utformes med hensikt om å lykkes med organisatoriske målsettinger. Den utpregede tverrfagligheten gjør det mulig å studere organisasjoners kommunikasjon med et strategisk perspektiv. Tverrfaglighet innebærer hvordan strategisk kommunikasjon først vokser frem som eget fagfelt og deretter blir tatt i bruk på andre samfunnsområder. Som anvendt fagfelt blir strategisk kommunikasjon da også et verktøy for andre fag og profesjoner.

Veksten og posisjonen for kommunikasjon som fagfelt har vært en vesentlig del av samfunnsutviklingen de siste 20 årene. Dette er sammenvevd med andre samfunnstrender som blant annet digitalisering og globalisering. Antallet som jobber med kommunikasjon, har økt sterkt. Bare siden tidlig 2000-tallet har antall medlemmer i Kommunikasjonsforeningen fordoblet seg, for å nevne et eksempel. Strategisk kommunikasjon har vokst frem som en etterspurt kompetanse og er, for eksempel, blitt en selvsagt profesjon å inkludere i ledergrupper. Denne veksten og profesjonaliseringen skjer både i privat sektor, i det offentlige og i sivilsamfunnet. Også på samfunnets mikronivå, hos individet, er endringene merkbare i hvordan digitaliseringen nå involverer alle i mediert kommunikasjonspraksis. På samfunnets makronivå vises endringene i kommunikasjonsfeltet gjennom utøvelse av makt og endrede maktstrukturer, nye trender og utfordringer for demokratiet, prosesser som endrer verdier og holdninger, og i hurtigheten informasjon spres med påfølgende effekter.

Master i strategisk kommunikasjon skal sette studentene i stand til å møte et medie- og kommunikasjonslandskap i hurtig endring. Digitalisering, nye medievaner og hurtige samfunnsendringer endrer betingelsene for utøvelsen av kommunikasjonsfaget. Disse endrede betingelsene skaper også nye etiske utfordringer innen fagfeltet strategisk kommunikasjon, blant annet relatert til de digitale fotsporene vi etterlater, store mengder persondata og muligheter for manipulasjon av informasjon. Flere av kursene i denne masteren vil adressere etisk utøvelse av strategisk kommunikasjon.

Masteren gir studentene eksponering for et tverrfaglig perspektiv på strategisk kommunikasjon. Mastergraden kombinerer sentrale teoretiske og metodiske

perspektiver med bransjenære problemstillinger for å kunne koble læring og næring tett sammen. Det inkluderer fortolkningsperspektiver på strategisk kommunikasjon fra fagfelter som strategisk sosiologi (institusjoner, nettverk og makt), medie- og kommunikasjon, organisasjon- og ledelsesstudier. For å ytterligere synliggjøre de tverrfaglige teoretiske perspektivenes roller i strategisk kommunikasjon, vil studentene i en rekke obligatoriske innleveringsoppgaver trenes i å anvende metoder for innsikt og teoretisk kunnskap for å løse praktiske problemstillinger innen strategisk kommunikasjon. Det legges til rette for at flere av disse innleveringsoppgavene skal omhandle reelle og dagsaktuelle problemstillinger fra bedrifter og offentlige etater. Gjennom øvelser i skriving og presentasjon (særlig i emnet Research Design in Strategic Communication) og analyse av data (særlig i emnene Digital Communication Analysis, Advanced Perspectives in Digital Communication Analysis og Kvalitativ metoder og vitenskapsteori), får studentene praktisk erfaring med å produsere tekster og granske data relatert til strategisk kommunikasjon. Målet er at studentene skal kunne se sammenhengen mellom tverrfaglig teori og praksis, og på denne måten få kompetanse til å øke kvaliteten på strategiutvikling og den daglige operative strategisk kommunikasjon i en virksomhet.

Det er også en målsetting at studentenes evne til kritisk refleksjon og analyse av strategisk kommunikasjon styrkes. En ekstra vektlegging av metoder og analyser for å fremskaffe relevant innsikt skal gi studentene grundig innføring i vitenskapsteori, kvalitative og kvantitative metoder og analyser, samt nyere digitale fremgangsmåter for å innsamle og analysere data fra digitale og sosiale medier.

Emnene i strategisk kommunikasjon er lagt til rette for å bli undervist på norsk eller engelsk, avhengig av forelesers bakgrunn og eventuelt deltakelse fra internasjonale studenter. Dette er reflektert i emnebeskrivelsene, som er skrevet på norsk eller engelsk. Studentene kan velge om de vil levere inn eksamensbesvarelsen på norsk eller engelsk.

Masteren i strategisk kommunikasjon er basert på fire grunnleggende prinsipper som vil medføre at den både er attraktiv i markedet, men også danner grunnlag for videre forskningsutdanning, og disse kan kort oppsummeres slik:

- **Tverrfaglig:** Masteren i strategisk kommunikasjon bygger på et tverrfaglig fagfelt bestående av kommunikasjon – og strategistudier, organisasjon – og ledelsesstudier og digitale studier.
- **Digital:** Masteren i strategisk kommunikasjon har et grunnleggende digitalt fokus (men ikke utelukkende) for ulike typer målrettet og strategisk digital kommunikasjon, både når det gjelder planlegging, utøvelse og systematisk, kritisk analyse.
- **Praktisk, problembasert læring:** Undervisningen er knyttet til aktuelle problemstillinger i fagfeltet, både gjennom problembasert læring og via tett kontakt med bransjeråd og praksisfeltet.
- **Forskningsfronten:** Undervisningen er forskningsbasert, og undervisningen følger og utfordrer den aktuelle forskningsfronten på feltet.

1.1 Formelle krav

For opptak til master kreves det at søkeren har bachelorgrad eller tilsvarende studieløp av minst 180 studiepoeng.

Karakterkrav:

For å være kvalifisert må gjennomsnittskarakter være på C eller bedre.

Fagkrav til fordypningsfagene i grunnutdanningen:

Fagkravene er minst 80 studiepoeng innen et av følgende fagområder:

- kommunikasjon eller media, eller
- økonomi og administrasjon

I tillegg er fagkravet følgende:

- Minst 10 studiepoeng i metodefag

Det henvises til Forskrift om opptak, studier, grader og eksamen ved Høyskolen Kristiania og Forskrift om krav til mastergrad §3.

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høyskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet.

Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

Kunnskap

Kandidaten ...

- har inngående kunnskap om de fremtredende teoriene, metodene, teknikkene for dataanalyse og de etiske utfordringene innenfor fagområdet strategisk kommunikasjon med tilhørende forskningsfelt
- har inngående kunnskap om et bredt tverrfaglig perspektiv på strategiske kommunikasjonsprosesser for offentlige, private og ideelle virksomheter
- har avansert kunnskap om kommunikasjonsstrategier og tiltak i ulike kanaler, medium, flater og formater som bidrar til at virksomheten realiserer sine mål
- har avansert kunnskap om innsamling av data og analyse av strategisk kommunikasjon på digitale flater og plattformer
- har inngående kunnskap om kommunikasjonsfaglige utfordringer og problemstillinger både i nasjonal og internasjonal kontekst

Ferdigheter

Kandidaten ...

- kan analysere og forholde seg kritisk til faglige problemstillinger med utgangspunkt i strategiske kommunikasjonsteorier og -metoder i skjæringsfeltet mellom journalistikk, informasjon og teknologi på den ene siden og strategi, ledelse og markedsføring på den andre siden
- kan ta strategiske kommunikasjonsbeslutninger i bedrift, offentlig etat eller organisasjon basert på kritisk vurdering av ulike informasjonskilder
- kan identifisere, analysere og bidra til produksjon av hensiktsmessig strategisk kommunikasjon i ulike situasjoner, kanaler og formater for virksomheter
- kan anvende og analysere ulike teoretiske perspektiver på brukere, teknologier og samfunnsutvikling for å vurdere effekten av en virksomhets strategiske kommunikasjon
- kan utføre avanserte innsamlinger og analyser av digitale data ved hjelp av kvantitative og kvalitative metoder på en selvstendig måte

kan utvikle, designe og gjennomføre et selvstendig teoretisk eller praktisk faglig masterprosjekt innen strategisk kommunikasjon, under veiledning og i tråd med forskningsetiske retningslinjer

Generell kompetanse

Kandidaten ...

- kan kritisk evaluere relevante praktiske og teoretiske perspektiver innen strategisk kommunikasjon og deres metodiske og etiske utfordringer
- kan anvende egen kunnskap til å sette seg inn i og forstå nye områder og oppgaver knyttet til strategisk kommunikasjon

- evner å anvende avansert teoretisk kunnskap for å løse strategiske problemstillinger av tverrfaglig natur
- evner å analysere, tolke og formidle funn som er basert på egen og andres innsikt, nytenkning og kritisk vurdering av informasjonskilder
- behersker kommunikasjonsfagets begreper og uttryksmåter for å analysere, tolke og formidle faglige funn og innsikter skriftlig og muntlig, både til spesialister og til allmennheten, samt bidra til nytenkning og initiativ til innovasjonsprosesser innen strategisk kommunikasjon.

3. Studiets struktur

Master i strategisk kommunikasjon er et to-årig studium som teller totalt 120 studiepoeng, hvorav 67,5 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og inntil 30 studiepoeng er valgfrie emner. Alternativt kan det velges å søke om internasjonal utveksling for inntil 30 studiepoeng i tredje semester.

Studiet gjennomføres over fire semestre og er bygget opp på følgende måte:

Semester	Master i strategisk kommunikasjon			
1. semester	Kvalitative metoder og vitenskapsteori 7,5 sp	Strategisk analyse 7,5 sp	Introduksjon til teorier i strategisk kommunikasjon 7,5 sp	Risk & Crisis Strategy and Communication 7,5 sp
2. semester	Kvantitative metoder 7,5 sp	Analyse av digital kommunikasjon 1 7,5 sp	Digital virksomhetskommunikasjon 7,5 sp	Forskningsdesign i strategisk kommunikasjon 7,5 sp
3. semester	Valgemner* 30 sp			
	Alternativt løp: Utveksling 30 sp			
4. semester	Masteroppgave 30 sp			

Tabell 1. Emnematrixe

*Det kan forekomme endringer i hvilke valgemner som tilbys

Obligatoriske emner	Valgfrie emner
---------------------	----------------

3.1 Faglig progresjon

Progresjonen i studietilbudet viser at emnene i begynnelsen legger vekt på grunnleggende kompetanse og ferdigheter, inkludert profesjonstilørighet, mens studentene etter hvert gradvis kan velge mer avansert spesialisering, samtidig som at studiet har en sterk arbeidslivsorientering. Dette vil til slutt munne ut i med et masterprosjekt der de gjennomfører en større, selvstendig undersøkelse. Det er lagt opp til at emnene i metode i første og andre semester kan sees i sammenheng. Det samme gjelder teoriemnene i første og andre semester med navnene *Introduksjon til teorier i strategisk kommunikasjon* og *Digital virksomhetskommunikasjon*.

Første semester er utformet som starten på det som skal bygge fellesskap, både faglig og pedagogisk, og som skal peke frem mot det nivået studentene skal erverve frem til ferdig masterprosjekt. Studentene har kommet inn i studiet med ulike typer bachelorutdanninger og skal utvikle et felles faglig ståsted. To av emnene er dessuten fellesemner.

Andre semester har fellestrekk med første semester, blant annet med den tydelige kombinasjonen av metode, teori og praksis. Dette skal opprettholde en variert studiehverdag.

Tredje semester blir ganske annerledes enn de to foregående. Her kan studentene velge internasjonal utveksling eller valgemner. Valgmennene gir mulighet for faglig fordypning i emner relevant for studieprogrammet, eller en bredere tverrfaglighet fra andre master programmene.

Fjerde semester blir fullt og helt viet til studentens masterprosjekt

3.2 1. studieår

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
Kvalitative metoder og vitenskapsteori 1. studieår	7,5	Emnet omhandler det vitenskapelige grunnlaget for kvalitativ metodebruk. Sentrale deler utgjør faser i kvalitative forskningsprosjekter, ulike kvalitative forskningsdesign og teknikker, fenomenologi, grounded theory og etnografi. Vi ser spesielt på case, dybdeintervjuer og deltagende observasjon samt fokusgrupper. Videre omhandles analyse og tolkning av kvalitative data, å skrive forskningsrapporter og kvalitetssikring av kvalitative forskningsprosjekter.
Strategisk analyse 1. studieår	7,5	Emnet gir en introduksjon til fagfeltet strategi. Det skal formidle grunnleggende kunnskap som forbereder studentene til påfølgende emner der de skal lære om spesialiserte strategier som hører til det fagfeltet de studerer. Studentene vil få har avansert kunnskap innenfor fagområdet strategi, spesielt innenfor organisasjons- og virksomhetsstrategi og kunne anvende et strategisk perspektiv i arbeidslivet knyttet til virksomhets- og organisasjonsstrategi. Aktuelle temaer vil være: konseptet 'strategi', og om perspektiver og hovedretninger fagfeltets opprinnelse, historie og utvikling strategiske posisjoner, slikt som omgivelser, kapasiteter, formål, kultur strategiske valg, slikt som gir en virksomhet alternative muligheter strategiske handlinger, om slikt som strategiprosesser, organisering og praksis om strategi i komplekse forhold.
Introduksjon til teorier i strategisk kommunikasjon 1. studieår	7,5	Dette emnet vil gi studentene oversikt over de sentrale teoriene på feltet. Som emne i første semester passer det godt å gjøre profesjonstilhørigheten tydelig her – hva slags arbeidsfellesskap og profesjonspraksis hører jeg til på dette feltet? Dette gjør også etikk til en vesentlig del i dette emnet, både relatert til teoriene og til yrkesetikken på fagfeltet og diskursen om denne.

Risk & Crisis Strategy and Communication 1. studieår	7,5	Risk and crisis communication represents an organization's on-going responsibility as stewards of stakeholder interests to strategically manage issues affecting both organizations and their stakeholders. It involves: (1) co-creating meaning and interpretation of risks and crises with stakeholders; (2) (re)building relationships with stakeholders; (3) creating more crisis-resilient organizations and stakeholders; and (4) narrating a crisis to mitigate damage to both the organization and stakeholders. The course centers around the development of practical skills in risk and crisis communication. Students are trained in systematic and evidence-based crisis management, and introduced to theoretical insights in crisis communication. The tutoring is predominantly interactive and based on applied theory and practice. The students will work with real world cases in groups throughout the semester.
Kvantitative metoder 1. studieår	7,5	Emnet vil henge sammen med <i>Kvalitative metoder og vitenskapsteori</i> i forrige semester. Innen samfunnsvitenskapen trenger studentene å mestre både kvalitative og kvantitative metoder. Her vil man også måtte ivareta hensynet til at studentene i disse masterprogrammene kommer fra bachelorstudier med ganske ulike bakgrunner, men hvor alle skal opp på det nivået som er nødvendig for sitt masterprosjekt.
Digital virksomhetskommunikasjon 1. studieår	7,5	Emnet vil være relatert til og bygge videre på det teoretiske introduksjonsemnet <i>Introduksjon til teorier i strategisk kommunikasjon</i> i første semester. Her på andre semester vil studentene fordype seg i digital virksomhetskommunikasjon og de mest aktuelle forskningsbidragene på feltet, blant annet relatert til konsepter og begreper som filterbobler, algoritmer, medialogikker, plattform-makt, influensere, manipulerende teknologikk og etikk. Ferdigheter i kritiske refleksjoner og avanserte diskusjoner om dagens etiske utfordringer i lys av denne utviklingen vil være sentralt i læringsutbyttet. Utvikling av kritisk selvforståelse av egen profesjon og praksis vil høre med til profesjonsutviklingen her.
Analyse av digital kommunikasjon 1 1. studieår	7,5	The course will be a practical course that provides students with targeted and advanced methodological tools specially adapted to their needs. The course applies digital media for extensive data harvesting, the analysis of which can be applied within marketing, publishing and other communication. The students furthermore gain competence in both ethical and legal challenges for such data use. GDPR is an example of what students in this subject will have good insight into.
Forskningsdesign i strategisk kommunikasjon 1. studieår	7,5	Emnet har tre tydelige hensikter: 1) Gi helhetsoversikt og knytte sammen det studentene så langt har fra alle øvrige emner og tidligere studier. 2) Presentere de aktuelle temaene i forskningsfronten: hva det forskes på nå, hva som utfordrer eksisterende forskning. 3) Bruke aktuelle saker i tiden som case for å sette disse i et perspektiv med strategisk kommunikasjon, slikt som klimakrisen, kriger og flyktningestrømmer, eller også bompenger. Med disse tre perspektivene skal studentene få øvelse i å lage sin

		egen problemstilling i strategisk kommunikasjon. De oppmuntres til å bruke dette emnet som forprosjekt til masterprosjektet neste år, fordi så store arbeider trenger modningstid. Slik kan de komme tidlig i gang. Med god planlegging kan studentene også bygge seg en tydelig rød tråd og profil fra dette emnet, gjennom valgemnene (eller utveksling) og til den spesialiseringen masterprosjektet gir.
--	--	--

Tabell 2. Emner 1. studieår

3.3 2. studieår

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
Valgemner 2. studieår	30	Det tilbys flere valgemner fra dette og andre institutter

Tabell 3. Emner 2. studieår

3.4 Valgemner og/eller praksisemner

I 3. semester kan studentene enten ta valgemner som alene eller til sammen utgjør 30 studiepoeng, eller de kan dra på utveksling til en annen institusjon i utlandet. Det vil til enhver tid finnes en oppdatert liste over tilgjengelige valgemner på Høgskolen Kristianas hjemmesider. Studentene kan velge fra alle valgemner som tilbys, bortsett fra valgemner som overlapper med eksisterende emner på studiet. Dette finnes det informasjon om i emnebeskrivelsene.

For oppdatert liste over tilgjengelige valgemner og emnebeskrivelser, gå til

<https://kristiania.no/valgemner>

Det tas forbehold om endringer i hvilke valgemner som tilbys.

3.5 Masteroppgave

Emne	Sp	Beskrivelse
Masteroppgave 2. studieår	30	Masteroppgaven skal gi studentene ferdigheter og generell kompetanse for å kunne løse komplekse problemstillinger i strategisk kommunikasjon og kunnskap om hvilke prosesser og teknikker man må benytte for å kunne kaste lys over slike problemstillinger. Det er et mål at studentene i masteroppgaven setter sammen kunnskap og ferdigheter fra de foregående emnene i masterprogrammet i et avsluttende selvstendig arbeid med en relevant problemstilling. I prosessen med masteroppgaven skal studentene tilegne seg kunnskaper om hvordan strategisk kommunikasjon blir utviklet og få forståelse av hvordan forskning på strategisk kommunikasjon

		foregår. Studentene skal utvikle ferdigheter om hvordan man utvikler problemstillinger knyttet til fagfeltet og hvordan man metodisk og analytisk går frem for å svare på denne problemstillingen. Studentene skal være i stand til selv å gjennomføre, analysere og konkludere på egen datainnsamling.
--	--	---

Tabell 4. Masteroppgave

4. Undervisnings- og vurderingsformer

4.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Master i strategisk kommunikasjon er designet slik at summen av emnene og studiearbeidet med disse skal lede studentene frem mot det intenderte læringsutbyttet beskrevet i kapittel 2. i denne programbeskrivelsen.

De enkelte emnene er satt sammen for å vise en bredde innen kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse som speiler praksisfeltet. Noen av emnene er mer orienterte mot kunnskapsutbytte, andre mer orienterte mot å bygge spesifikke ferdigheter, mens andre igjen inkluderer flere ferdigheter i koblinger mellom teori og praksis. Dette gjenspeiles i undervisningen.

Arbeids-, undervisning- og vurderingsformer i de enkelte emnene er valgt for å gi et godt og meningsbærende samsvar mellom det læringsutbyttet som ønskes oppnådd, de undervisningsformer som benyttes, og den eksamen som avslutter emnet.

De metodiske valgene speiler også emnets bidrag inn i studieprogrammet som et hele. Studentene møter derfor et variert sett med læringsaktiviteter gjennom studietiden, en variasjon som i sum skal speile det praksisfelt studenten utdanner seg til.

Master i strategisk kommunikasjon legger vekt på at studentene lærer seg å bruke relevante metoder fra forskning og faglig utviklingsarbeid/kunstnerisk utviklingsarbeid. Dette skal bidra til at studentene gjennom sitt masterstudium kan gjennomføre et selvstendig, avgrenset forsknings- eller utviklingsprosjekt eller kunstnerisk arbeid under veiledning og i tråd med gjeldende faglige og etiske normer. For å ivareta dette vil undervisningen bl.a. vektlegge og kommentere, illustrere og utdype stoff fra læremateriell, samt å gi veiledning og tilleggsstoff som ikke foreligger i trykt form.

Som ved all høyere utdanning stiller også Høgskolen Kristiania krav til studentenes eget selvstendige læringsarbeid. Høgskolen ser det som sin oppgave å tilrettelegge for studentenes arbeid gjennom gode læringsdesign. Samtidig presiserer vi at en underviser kun kan formidle og legge til rette. Selve læringen skjer hos den enkelte student som en følge av studentens eget arbeid. I tilknytning til undervisningen må studenten derfor regne med en betydelig egeninnsats.

De viktigste arbeids-, undervisnings- og vurderingsformer studenten møter i *Master i strategisk kommunikasjon* er beskrevet i det følgende.

- Forelesning/formidling, instruksjon, ikke-spesifisert veiledning og annen lærerledet aktivitet.
- Veiledning og formativ vurdering.
- Case-, gruppe- og/eller prosjektarbeid

- Workshops og seminararbeid
- Selvstendig øving / lab-arbeid / praktisk arbeid individuelt eller i grupper
- Annen studentaktivitet, herunder presentasjoner, plenumsdiskusjoner og formidling
- Kollokvie- og oppgavearbeid
- Selvstendig akademisk arbeid med pensum og annet

For studenter som har behov for veiledning utover timeplanlagt undervisning, har høyskolen tilgjengelige fagressurser, herunder administrativt ansatte, bibliotekarer, digitale læringsressurser (f. eks filmer på nett) og studentveiledere. Disse kan kontaktes av den enkelte student ved behov.

I tillegg til litteratur og hjelp til litteratursøk tilbyr biblioteket også variert opplæring i akademisk skriving.

4.2 Eksamens- og vurderingsformer

Vurdering er en situasjon der et innlevert eller presentert arbeid vurderes opp mot et sett kriterier. Kriterier gitt av læringsutbyttet som er definert for det enkelte emne. Vurderingen kan gjøres av medstudenter, undervisere eller sensorer. Disse vil også gjerne gi en tilbakemelding, enten som en veiledende feedback eller som en karakter (eksamen).

Ved Høgskolen Kristiania skiller vi mellom vurdering som læring, vurdering for læring og vurdering av læring. Formen på de arbeidene som vurderes (vurderingsformen) kan være den samme ved alle disse tre vurderingssituasjonene mens formålet varierer.

Ved vurdering som læring (medstudentvurdering) og for læring (tilbakemelding fra underviser) er formålet å forme en læringsprosess, å hjelpe studenten til å oppnå et best mulig læringsresultat. Denne type vurdering oppfatter vi som en del av undervisningsformene, og disse finnes igjen i kapittel 4.1 ovenfor.

Vurdering av læring er en avsluttende vurdering der de faktisk oppnådde læringsresultatene vurderes – med andre ord eksamen. Eksamen er ved høyskolen Kristiania definert som «En eksamen er en avsluttende oppgave innen et emne eller et avgrenset delemne». Det innleverte eller presenterte arbeidet vurderes gjennom en sensur, og resultatet av vurderingen skal fremkomme på vitnemålet.

Ved *Master i strategisk kommunikasjon* vil studentene kunne møte følgende eksamensformer:

- Eksamen under tilsyn
- Hjemmeeksamen
- Mappeeksamen
- Semesteroppgave
- Masteroppgave
- Produksjonseksamen
- Muntlig eksamen

Ved enkelte emner er det definert obligatoriske aktiviteter. En obligatorisk aktivitet er krav som må være godkjent for å gå opp til eksamen- Aktiviteten kan enten være et krav om at et eller flere arbeider skal leveres inn (arbeidskrav) og/eller krav om deltakelse ved definerte aktiviteter og/eller forelesninger og/eller obligatorisk praksis.

En obligatorisk aktivitet vurderes som Godkjent/Ikke godkjent, og retten til å gå opp til eksamen i et emne med obligatorisk aktivitet krever at denne aktiviteten er vurdert til Godkjent. I motsatt fall mister studenten eksamensrett i emnet inntil aktiviteten(e) er blitt vurdert til Godkjent.

For utfyllende informasjon om eksamen og obligatorisk aktivitet, se Høyskolen Kristianas hjemmesider.

5. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Med henvisning til Studietilsynsforordningen av februar 2017 (§ 2-2, pkt 7 og 8) har studiet ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling.

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart.

Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

5.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Ordninger for internasjonalisering kan omfatte en rekke aktiviteter, slik som bruk av internasjonal litteratur, internasjonale gjesteforelesere, utenlandske studenter på innveksling eller studenters deltagelse på internasjonale konferanser eller workshops i utlandet (listen er ikke uttømmende).

For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

5.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

Når det gjelder ordninger for internasjonal studentutveksling har Høgskolen følgende mobilitetsprogram;

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa
- «Study Abroad», for studenter i og utenfor Europa

For Master i strategisk kommunikasjon tilrettelegges det for utveksling 3. semester.

Her er eksempler på studiested i utland for *Master i strategisk kommunikasjon*:

For studentene i strategisk kommunikasjon har høyskolen i dag utvekslingsavtale på masternivå med Lunds Universitet i Sverige. Faglig sett er det Lunds Universitet som er helt i front for fagmiljøet for strategisk kommunikasjon i Norden og Europa. Det nordiske perspektivet er også relevant siden strategisk kommunikasjon er ulikt rundt i verden. Et nordisk preg er offentlig sektors rolle på feltet. For eksempel er halvparten av medlemmene i Kommunikasjonsforeningen ansatt i det offentlige. Kontrasten er USA der strategisk kommunikasjon er en *corporate practice* – noe bare næringslivet driver med, med profitt som mål. Når strategisk kommunikasjon forankres i den nordiske modellen vil faget i vår del av verden operere i et *korporativt* samfunnssystem, et samfunn der næringsliv, det offentlige og sivilsamfunnet er sterkt knyttet sammen. I tillegg har Høgskolen Kristiania

avtaler med University of California Berkeley (Institutt for Sosiologi), Edinburgh Napier University (Business School), Deakin University, og Reykjavik University.

Det tas forbehold om endringer av aktuelle studiested og oppdatert informasjon publiseres på Kristianas nettsider. Det er også et begrenset antall studieplasser ved studiestedene.

For nominering til studentutveksling stilles det som regel krav til karakterer og motivasjonssøknad. Det kan også stilles krav til dokumentasjon av kreativt arbeid/porteføljer og Høyskolen Kristiania kan gjennomføre intervjuer av søkere til utveksling. Høyskolen har som målsetting å sende godt kvalifiserte og motiverte studenter til anerkjente utenlandske institusjoner.

For både steds- og nettbaserte studier er utvekslingen stedsbasert.

Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høyskolen Kristiania.