Emnenavn	Markedskommunikasjon
Emnekode	SFB40702
Studiepoeng	10
Obligatorisk/valgfag	Valgfag
Forkunnskaper	Kunnskaper i engelsk og markedsføring fra de tre første semestrene i studiet, eller tilsvarende. Studentene må beherske et skandinavisk språk.
Tid:	Vår 2005/ ett semester/4. eller 6. semester
Timer pr uke	4
Språk	Emnet foreleses på engelsk. Det benyttes også norskspråklige tekster.

Mål
Emnet skal dyktiggjøre studentene til stillinger i markedsføring og informasjon med engelsk som arbeidsspråk. Det tar sikte på å videreutvikle studentenes forståelse for forskjeller mellom norsk/skandinavisk og engelsk og bidra til at studentene tilegner seg praktisk og teoretisk forståelse for de språklige, pragmatiske og kulturelle faktorene som er forutsetninger for målrettet markedskommunikasjon. Et annet viktig mål er å opparbeide en profesjonell, etisk holdning til markedskommunikasjon og informasjon.

Innhold
Emnet er genrebasert med analyse og skriving av de vanligste genrene innen markedskommunikasjon (inklusiv informasjon og samfunnskontakt og utvalgte genrer innen massekommunikasjon). Det tar for seg både verbal og visuell kommunikasjon og forskjellige medier. Innholdet er i hovedsak:

- Genreanalyse
- Analyse av tegn og konnotativ betydning ved hjelp av semiotisk, spesielt sosialsemiotisk, fremgangsmåte og multimodal disemneanalyse
- Skriving av selvstendige tekster og måltekster på bakgrunn av originaltekster, der den nye teksten er en forkortet og tilpasset versjon
- Pragmatisk analyse av situasjon og målgruppe og språklig/kulturell analyse av idiomatiske problemer
- Tekstproduksjon: teori og strategi, datainnsamling og kildekritikk

Undervisnings og læringsformer
Seminar med stor studentaktivitet. Emnet er intensivt (analyse, diskusjon, skriving, vurdering og presentasjon av produkt), men med begrenset mengde teorilesing. Det forutsettes aktiv studentdeltakelse både med forberedelse til seminarene og deltakelse i timene.

Arbeidskrav
Studentene produserer analyser og tekster fortløpende. Disse vurderes av medstudenter og presenteres og diskuteres i plenum. Minst tre tekster skal leveres inn til fastsatte frister.

Vurdering/eksamen
Mappeevaluering. Eksamensmappen skal inneholde tre av de innleverte tekstene og et nærmere angitt antall nye tekster som representerer forskjellige genrer innen markedskommunikasjon/informasjon.

Manglende innlevering ved fastsatte frister i løpet av semesteret vil føre til at mappen ikke blir evaluert.

Litteratur

- Newsom, Doug & Bob Carrell. 2000. *Public Relations Writing: Form and Style.* Belmont, Calif.: Wadsworth.
- Tekstsamling: *The Feature Story + Direct Mail*
- Bjørg Hellum. 2005. *Market Communication.* Kompendium, utgitt ved HiØ.

Emneansvarlig

Bjørg Hellum bjorg.hellum@hiof.no