

Studieplan

**Bachelor i tekst og skribent
Westerdals School of Communication**

Innledning:

Bachelorstudiet i tekst og skribent er et gjennomgående studium på 6 semester (180 studiepoeng). Studiet er bygget opp med indre sammenheng og progresjon.

Studieplanen viser det samlede bachelorstudiet og forløp semester for semester. Hvert emne blir presentert på to nivåer: Et forark og en tabell. Beskrivelse av de enkelte emnene, eksamen, vurdering og karaktersystem formuleres på forarket. Hver emne- eller delemnetabell beskriver læringsutbytte, innhold, undervisningsformer, obligatoriske forkrav, samt obligatorisk pensum og eventuell anbefalt litteratur.

Noen av emnene i studieplanen er delt inn i flere delemner, som blir vurdert samlet med felles eksamen. Delemnene beskriver innhold, pensum som studenten får opplæring i og senere blir prøvd i ved en større felles eksamen.

Emnenes rekkefølge er utformet for å sikre studieprogresjonen og henviser til et sammensatt studium med teoretiske emner og praktisk tekstarbeid. 1 – 4 semester består av obligatoriske emner. 5. semester består valgbare emner innen tekst og skribentstudiets hovedområder, markedskommunikasjon, redaksjonell kommunikasjon og/eller kunstorienterte tekster. Studiet avsluttes av en obligatorisk praksisperiode og bacheloroppgave 6. semester.

Tekst og skribentstudiet er et fulltidsstudium som er basert på obligatorisk fremmøte, praktisk arbeid ved skolen og for oppdragsgivere, medvirkning i gjennomganger, gruppearbeid, forelesninger og seminarer. Det er ikke tilrettelagt for deltidsstudium ved WSoC.

Internasjonalisering:

WSoC samarbeider med en rekke internasjonale utdanningsinstitusjoner og bedrifter, og det er tilrettelagt for at studenter ved Bachelorstudiet i tekst og skribent som ønsker utveksling gjør dette i femte eller sjette (praksis) semester. Femte semester er det også åpnet for utenlandske studenter som ønsker innveksling til Tekst og skribentstudiet ved WSoC. I forbindelse med innveksling til studiet i femte semester vil felles forelesningene foregå på engelsk videre gis de innvekslede studentene anledning til å utforme sitt eget pensum i de aktuelle fagene. Studenter som ønsker det kan i sjette semester arbeide for en rekke internasjonale bedrifter og/eller institusjoner som WSoC har samarbeidsavtale med.

Vurdering:

Individuelle eksamener vurderes etter gradert skala A-F, der E er laveste ståkarakter. Eksamener hvor gruppearbeid inngår, vurderes etter karakterskalaen bestått/ikke-bestått, samt en individuell sensoruttalelse. Emner utført som gruppearbeid dømmes likt for hele gruppen. Dersom en

eller flere av studentene unndrar seg arbeid eller forpliktelser vil studenten trekkes ut fra gruppen og bedømmes individuelt.

Forenklet studieplan, bachelorstudiet i tekst og skribent
Semesteroversikt med studiepoeng

6.	Praksis 10 sp	Bacheloroppgaven 20 sp
5.	Selvvalgt fordypning 15 sp	Selvvalgt fordypning 15 sp
4.	Redaksjonell kommunikasjon 30 sp	
3.	Markedskommunikasjon 25 sp	Fellesfag 2 5 sp
2.	Kunstorienterte tekster 30 sp	
1.	Kommunikasjonsmodeller og tekststrategier 20 sp	Fellesfag 1 10 sp

Femte semester består av valgfrie moduler hver på 15 studiepoeng innen Bachelorstudiet i tekst og skribents hovedområder: Redaksjonell kommunikasjon, markedskommunikasjon og/eller kunstorienterte tekster. Studenten velger to av disse fagområdene som spesialisering.

FELLESFAG 1

Studiepoeng

10

Semester

1. semester.

Emnet er obligatorisk

Delemner:

- Innføring i teori og metoder
- Innføring i forsknings- og utviklingsarbeid

Eksamen

Eksamen består av en individuell skriftlig oppgave på 5-7 sider med krav til anvendt metode og pensumreferanser.

Vurdering

Oppgaven vurderes av intern sensor.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Fellesfag 1
Delemne:	Innføring i teori og metoder
Studiepoeng:	5
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har teoretisk innsikt i grunnleggende kommunikasjonsfag.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan benytte seg av grunnleggende verktøy, prosesser og metoder som grunnlag for alle studier på WSoC.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får innsikt i betydningen av det tverrfaglige samspillet på tvers av skolens linjer.</p>
Innhold:	<p>Kreativitet: innføring i kreativ tenkning, kreativ metode og den kreative arbeidsprosess</p> <p>Uttrykkshistorie: innføring i kunst- og stilhistorie i det 20. århundre</p> <p>Kommunikasjon: kommunikasjonsteori; massekommunikasjon; kommunikasjonsprosessen</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, ekskursjoner og prosjektarbeid i grupper med veiledning
Obligatoriske forkrav:	Studiespesifikke øvelser. Studentene skal presentere en gruppeoppgave og levere en prosessrapport.
Obligatorisk pensum:	<p>Hughes, Robert. 1991. <i>The Shock of the New: Art and the Century of Change</i>. Thames and Hudson: London. Kapittel 1 – 2 (s. 9 -111), kap. 4 (s 164 – 211), kap. 7 (s. 324 – 364). Til sammen 189 sider</p> <p>Jenkins, Henry. 2008. <i>Konvergenskulturen</i>. Daidalos: Gøteborg. Introduksjonskapittel, s. 1 – 24. Til sammen 23 sider</p> <p>Kaufman, J.C. and R. Sternberg eds. 2006. <i>The International Handbook of Creativity</i>. Cambridge University Press: Cambridge. Introduction, s. 1-10.</p> <p>Michalko, Michael. 2006. <i>Thinkertoys: A Handbook of Creative-thinking Techniques</i>. Ten Speed Press: Berkeley, California. Introduction, s. Xvii – xx, og kap 1 – 4 (ss. 1- 39). Til sammen 38 sider</p> <p>Ytreberg, Espen. 2006. <i>Medie- og kommunikasjonsteori</i>. Universitetsforlaget: Oslo. s. 7 – 127. Til sammen 120 sider</p> <p>Til sammen: 380 sider</p>

Emne:	Fellesfag 1
Delemne:	Innføring i forsknings- og utviklingsarbeid
Studiepoeng:	5
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har innsikt i grunnleggende forskningsmetode for lavere grads studium.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan bidra i et utviklingsprosjekt og dokumentere prosess og funn på grunnleggende nivå.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene forstår betydningen av korrekt informasjonsinnhenting og kildekritikk.</p>
Innhold:	Innføring i forsknings- og utviklingsarbeid: informasjonsinnhenting; kildekritikk; referansebruk; kvantitativ og kvalitativ metode i profesjonsutdanningene
Undervisningsformer:	Forelesninger og prosjektarbeid individuelt eller i grupper med veiledning
Obligatorisk pensum:	Howe, Alec et al. (red.). 2005. <i>Studenten som forsker i utdanning og yrke: vitenskapelig tenkning og metodebruk</i> . Høgskolen i Akershus: Lillestrøm. Til sammen: 295 sider

KOMMUNIKASJONSMODELLER OG TEKSTSTRATEGIER

Studiepoeng

20

Semester

1. semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Emnet introduserer de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å utarbeide relevante og tydelige løsninger i et gitt kommunikasjons- og tekstopdrag. Faget gir grunnleggende teoretisk og praktisk innføring i kommunikasjonsdynamikken mellom avsender og mottaker, teorier om tegn og språk, samt effekten av ulike narrative strategier og språklige virkemidler. Gjennom obligatoriske oppgaver får studentene trening i produksjon av fortellingsideer, fortellingsløsninger og presentasjoner av disse.

Eksamen

Eksamen består av innlevering av to fortellingsideer og -løsninger.

Vurdering

Eksamen vurderes av emneansvarlig.

Karaktersystem

A-F

For å vurderes til bestått i faget må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle arbeidskrav må være levert.

Emne:	Kommunikasjonsmodeller og tekststrategier
Studiepoeng:	20
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om hvordan valg av kommunikative virkemidler påvirker dynamikken som oppstår i kommunikasjonen mellom avsender og mottaker.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan planlegge, utarbeide og gjøre rede for relevante løsninger i et oppdrag.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene har forståelse for og øvelse i tekstproduksjon og tekstanalyse.</p>
Innhold:	<p>Kommunikasjonsmodeller</p> <p>Mottaker/avsender: diskursbegrepet, persepsjon og resepsjon</p> <p>Tegn, tekst og kontekst</p> <p>Semiotikk</p> <p>Retorikk: klassisk retorikk og virkemiddellære</p> <p>Strategisk planlegging og skriving: innføring i sjangerbegrepet som skaper av leseforventning og formetablerer</p> <p>Arbeidsprosesser og -metoder: innføring i metoder for samarbeid, evaluering og kreative teknikker</p> <p>Praktisk skrivetrening: Idéutvikling og manusskrivning</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatorisk pensum	<p>Chandler, Daniel. 2001. <i>Semiotics for beginners</i>: Routledge: London, tilgjengelig på: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html</p> <p>Haas, Gerhard. 1982. «Essayets særmerke og topoi», i Ottar Grepstad m.fl. <i>Essayet i Norge: fjorten riss av ein tradisjon</i>. Det Norske Samlaget: Oslo. (s. 229-239), 10 sider.</p> <p>Iser, Wolfgang. 1993. <i>Prospecting. From Reader Response to Literary Anthropology</i>. The Johns Hopkins University Press: Baltimore. Del 1: "Reader Response in Perspective", Kap. 1 – 2 (s. 3-42), 40 sider.</p> <p>Jenkins, Henry. 2008. <i>Konvergenskulturen</i>. Daidalos: Göteborg. Introduksjonskapittelet, s. 1-24.</p> <p>Kjeldsen, Jens. 2006. <i>Retorikk i vår tid</i>. Spartacus: Oslo. 400 sider.</p>

	<p>Ong, Walter J. 1991. <i>Muntlig och skriftlig kultur</i>. Anthropos forlag: Gråbo. Kap. 1 og 2, (s. 13-43) Kap. 4, s. (94-133), Kap. 6, (s. 160-173), 82 sider.</p> <p>Petter Aaslestad. 1999. <i>Narratologi – en innføring i anvendt fortellerteori</i>. Cappelen: Oslo. 143 sider.</p> <p>Vidensbasens artikler om det journalistiske intervjuet, tilgjengelig på: http://www.cfje.dk/CFJE/VidBase.nsf/297c3326afe7a554c125679a004570aa/c8e606f587b7a0d4c12567fb003b342f?OpenDocument (gjelder artiklene i Interviewteknik- og strategi, Researchinterview og Interviewets psykologi). 20 sider</p> <p>Til sammen: 843 sider</p>
--	---

KUNSTORIENTERTE TEKSTER

Studiepoeng

30

Semester

2. semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Emnet introduserer de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne utvikle, produsere og publisere skjønnlitterære tekster. Emnet gir oversikt over og kunnskap om de ulike skjønnlitterære sjangrene. Emnet gir innføring i ulike tradisjoner for og tilnærming til analyse av skjønnlitterære tekster. Emnet legger vekt på praktisk skrivetrening av fiksjonstekster gjennom selvstendig arbeid og diskusjon av studentenes egne prosjekter, samt distribusjon av skjønnlitterære tekster.

Delemner:

- Narrative prinsipper, virkemidler og grep i skjønnlitteratur
- Fra idé til publisering

Eksamen

Studentene har en skriftlig hjemmeksamen over tre uker som består av produksjon og publisering av en litterær tekst. De skal i tillegg levere et refleksjonsnotat og en analyse av egen tekst.

Vurdering

Hjemmeksamen teller 60 prosent, refleksjonsnotat og tekstanalyse teller 40 prosent. Begge må bestås separat. Eksamen vurderes av emneansvarlig.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Kunstorienterte tekster
Delemne:	Narrative prinsipper, virkemidler og grep i skjønnlitteraturen
Studiepoeng:	10
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har forståelse for innholdet i og oppbygningen av en litterær tekst.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan lage utkast til en kunstorientert tekst.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene har grunnleggende kunnskap om og forståelse for hvordan skjønnlitterære tekster er bygget opp.</p>
Innhold:	<p>Narratologi og dramaturgi: fortellerteknikk og manusutveksling</p> <p>Tekstualitet, kontekstualitet og intertekstualitet</p> <p>Tekstanalyse</p> <p>Skriveteknikker</p> <p>Skrivetrening av kunstorienterte tekster</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal produsere korte litterære skissetekster, individuelt og i grupper. De skal presentere tekster for lærere, veiledere og medstudenter. Studentene skal dokumentere sin egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Bourroughs, William. 1985. <i>The adding Machine: collected essays</i>. John Calder: London. 216 sider.</p> <p>Gåsland, Rolf. 1999. <i>Fortellerens hemmeligheter: Innføring i litterær analyse</i>. Universitetsforlaget: Oslo. 153 sider.</p> <p>Nordby, Terje. 2007. <i>Mytekalenderen</i>, tilgjengelig på: http://www.nrk.no/programmer/sider/mytekalender 10 Lydopptak á 10 minutter.</p> <p>Prestsæter, Ellef og Karin Nygård. 2007. <i>Rett kopi dokumenterer fremtiden - Manifest</i>. Rett kopi: Oslo. Utdrag fra manifestsamling: (s. 6-45, s.100-101, s. 134-143), 49 sider.</p> <p>Sommer, Alice og Christoffer Linnes. 1995. <i>Fortellingens ramme og fiksjonens ytterkant: En samtale med Jan Kjærstad</i>, tilgjengelig på: http://foreninger.uio.no/boygen/kjarstad.html</p> <p>Til sammen: 300 sider i tillegg kommer 10 mp3 filer</p>

Emne:	Kunstorienterte tekster
Delemne:	Fra idé til publisering
Studiepoeng:	20
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om innholdet i og oppbygningen av de grunnleggende kunstorienterte sjangrene. Studentene har innsikt i skriveprosess, kreative arbeidsteknikker, samt publisering av korte kunstorienterte tekster.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan skrive ferdige korte tekster innenfor lyrikk, kortprosa, scenetekst og manus for film, samt anvende kreative arbeidsteknikker og gjennomføre en skriveprosess fra idé til publisering</p> <p>Generell kompetanse: Studentene har forståelse for bevisste språklige valg. Studentene har grunnleggende kunnskap om analyseverktøy ved produksjon av egne og lesning av andres tekster.</p>
Innhold:	<p>Sjangerlære og litteraturteori</p> <p>Lesning av litteratur: (se pensumliste)</p> <p>Publisering av litteratur: skape innsikt i og prøve ut hvordan skjønnlitteraturen kan distribueres og bringes ut til publikum</p> <p>Praktisk skrivetrening: hvordan en produserer fiksjonstekster og formidler et budskap; innføring i kreative arbeidsteknikker</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal produsere ideer og løsninger til skjønnlitterære tekster på skissenivå. De skal skaffe seg erfaring med hvordan disse tekstene kan publiseres. Studentene skal dokumentere sin egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Skei, Hans H. 1992. <i>Å lese litteratur</i>. Ad Notam Gyldendal: Oslo. Ss. 12-154. 142 sider.</p> <p>Aarseth m.fl. 2007. <i>Klassisk litteraturteori</i>. Universitetsforlaget: Oslo. Utvalgte artikler, (s. 13-64, 79-87, 157-178, 236-245, 253-261, 287-297), 108 sider.</p> <p>Vogler, Christopher. 2007. <i>The writers' journey. Mythic structures for writers</i>. Michael Wiese Productions: Studio City, California. (s. 3-228), 225 sider</p> <p>Fløgstad, Kjartan m.fl. 1980. <i>Surrealism : en antologi</i>. Gyldendal: Oslo. 320 sider.</p> <p>Johansen, Anders. 2003. <i>Samtalens tynne tråd:</i></p>

	<p><i>skriveerfaringer</i>. Spartacus: Oslo. (s. 11-250), 239 sider Til sammen: 1034 sider</p> <p>I tillegg kommer følgende skjønnlitterære tekster: Grytten, Frode. 2007. <i>Rom ved havet, rom i byen</i>. Noveller. Samlaget: Oslo, 188 sider Harstad, Johan. 2008. <i>Hasselby</i>. Gyldendal: Oslo, 443 sider Woolf, Virginia (oversatt av Merete Alfsen). 2007. <i>Til fyret</i>. Verdensbiblioteket, 161 sider Ørstavik, Hanne. 2006. <i>Kallet</i>. Oktober forlag: Oslo, 189 sider</p> <p>Skjønnlitterære tekster til sammen: 981 sider</p>
--	--

FELLESFAG 2

Studiepoeng

5

Semester

3.semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

I fellesfaget "Strategi og samfunn" skal studentene få kunnskap og ferdigheter til å utarbeide en kommunikasjonsplan med en klar strategisk målsetting ut fra et oppdragsperspektiv. Faget belyser de mange samfunnsmessige og etiske spørsmålene knyttet til profesjonelt arbeid innen fagområdene.

Delemne

- Strategi og samfunn

Eksamen

Eksamen består av en gruppeinnlevering av en kommunikasjonsplan og innlevering av en individuell prosessrapport på 3-5 sider.

Vurdering

Kommunikasjonsplanen og prosessrapporten vurderes av emneansvarlig. Hver del må bestås separat.

Karaktersystem

Bestått / Ikke bestått

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Fellesfag 2
Delemne:	Strategi og samfunn
Studiepoeng:	5 sp
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om kommunikasjon som strategisk verktøy. De skal også ha kunnskap om de rammene kommunikasjon virker innenfor i samfunnet.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan utvikle og gjennomføre en strategisk kommunikasjonsplan, reflektere over juridiske og etiske problemstillinger og ha innsikt i strategisk tenkning. Studentene kan finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og fremstille dette slik at det belyser en problemstilling.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene har innsikt i kommunikasjonens rolle i samfunnet og har en profesjonell, etisk holdning til sitt fag.</p>
Innhold:	<p>Strategisk kommunikasjon Sosiologi Organisasjonsliv Jus og etikk Metodelære</p>
Undervisningsformer	Forelesninger, ekskursjoner og prosjektarbeid i tverrfaglige grupper med veiledning og presentasjoner
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal presentere prosjektet gruppevis i plenum for eksterne aktører.
Obligatorisk pensum:	<p>Caywood, Clarke L. (red.). 1997. <i>The handbook of strategic public relations & integrated communications</i>. McGraw-Hill: New York (Kap. 1-6 s. 3-106. Kap 9 s. 139-149. Kap 12 s. 189-207. Kap. 14 s. 222-231. Kap 16-17 s. 244-274. Kap 19 s. 286-301. Kap 25 s. 361-381. Kap 27 s. 397-405. Kap 29 s. 417-435. Kap 32 s. 481-499. Kap 36-Conclusion s. 554-567), 259 sider</p> <p>Helset, Per et al. 2009. <i>Immateriellrett og produktetterlikning mv. etter markedsføringsloven</i>. Cappelen Damm: Oslo. (Kap 3 s. 248-322. Kap 9-10 s. 697-780), 159 sider</p> <p>Hörte, Sven Åke. I.d. "Strategianalys" Luleå Tekniska Universitet (pdf) http://www.ies.luth.se/org/Rapporter/Strategianalys8.pdf, 46 sider</p> <p>Lilleholt, Kåre. 2009. <i>Knophs oversikt over Norges rett, 13 utg.</i> Universitetsforlaget: Oslo (Kap.7 "Åndsverksloven" s. 468-506), 38 sider</p> <p>Løchen, Torvald C. og Amund Grimstad. 2003. <i>Markedsføringsloven. Kommentartutgave. 7 utgave.</i> Universitetsforlaget: Oslo, 288 sider</p>

MARKEDSKOMMUNIKASJON

Studiepoeng

25

Semester

3. semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Emnet fokuserer særlig på de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å produsere, publisere og presentere markedskommunikative ideer og løsninger for en reell oppdragsgiver. Emnet gir oversikt over og kunnskap om de ulike markedskommunikative sjangrene, samt relevante problemstillinger og etiske utfordringer knyttet til markedskommunikativt arbeid. Emnet legger vekt på praktisk arbeid med markedskommunikative tekster gjennom selvstendig arbeid og diskusjon av studentenes egne prosjekter.

Delemner

- Narrative prinsipper i markedskommunikasjon
- Fra idé til publisering

Eksamen

Eksamen består av en innlevering av to skisseløsninger, samt en prosessrapport på 2–4 sider.

Vurdering

Innleveringen av to skisseløsninger teller 60 prosent, prosessrapporten teller 40 prosent. Begge må bestås separat og vurderes av emneansvarlig.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Markedskommunikasjon
Delemne:	Narrative prinsipper i markedskommunikasjon
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har grunnleggende kunnskap om markedskommunikasjonens oppbygning, sjangere og bruk.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan benytte kunnskapen i praktiske oppdrag og levere skisser til løsninger på et grunnleggende nivå.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene har praktisk erfaring i produksjon av markedskommunikative tekster og trening i å gjøre etiske valg</p>
Innhold:	<p>Narratologi og dramaturgi i ulike markedskommunikative sjangere: hvordan bygger man opp en markedskommunikativ fortelling</p> <p>Medier: hvilke kanaler påvirkningen i markedskommunikasjonen går gjennom, og hvordan dette virker</p> <p>Markeds- og kommunikasjonsstrategi: Verbale og visuelle virkemidler i markedskommunikasjon: retorikk og virkemidler i markedskommunikasjon</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal utvikle og presentere ideer og løsninger på skissenivå for en rekke ulike oppdrag. De skal dokumentere sin egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Helgesen, Thorolf. 2004. <i>Markedskommunikasjon. Prinsipper for effektiv informasjon og påvirkning</i>. Cappelen Damm: Oslo Kap.1 og 2 (s. 13- 50), Kap7 (s.111-125), Kap 10, (s.151-172), Kap. 15, (s. 238-247), Kap 17, (s. 262-272), Kap 20, (s.298-308), 101 sider.</p> <p>Døving, Runar. 2007. <i>Merkevarer: 45 korreksjoner</i>. Cappelen: Oslo. 223 sider.</p> <p>Fogh Jensen, Anders: <i>Narrare necesse est: Metaforer og narrativer i moderne organisationer</i>, tilgjengelig på: http://www.filosoffen.net/forskning/narrare/projektnar-rare-dk.htm</p> <p>Holm, Erling Dokk. 2004. <i>Fra Gud til Gucci</i>. Gyldendal: Oslo. 236 sider</p> <p>Jenkins, Henry. 2006: <i>Convergence Culture</i>. New York University Press. Kap1 og 2, (s.25-94), Kap, (s.217-270)122 sider.</p>

	Til sammen. 682 sider
--	-----------------------

Emne:	Markedskommunikasjon
Delemne:	Fra idé til publisering
Studiepoeng:	10
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om bruk av markedskommunikasjonens arbeidsmetoder og arbeidsformer i samarbeid med andre faggrupper og oppdragsgivere.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan ta imot et oppdrag og levere ferdige løsninger til kampanjer.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får erfaring i og kunnskap om bruk av forskjellige metoder for kreative arbeidsprosesser, teambygging og samarbeid. Gjennom egenerfaring skal de få kunnskap om kunderelasjon, produksjon, publisering og presentasjonsteknikker.</p>
Innhold:	<p>Produksjonsledelse og budsjettering</p> <p>Arbeidsmodeller og -metoder: kreative teknikker: samarbeidsformer i markedskommunikasjon</p> <p>Medievalg: om valg av kanaler når det gjelder hvem man ønsker å kommunisere med</p> <p>Praktisk skrivetrening: produksjon av markedskommunikative tekster</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal utvikle og presentere ideer og gjøre valg for publisering, samt presentere ideene som skisseløsninger for oppdragsgiver. De skal dokumentere sin egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Arneson, Pat (red.). 2007: <i>Communication Ethics</i>. Peter Lang: New York. “Introduction”, (s xi-xxiii), (s.37-52, s.104-116, s.143-184), 80 sider.</p> <p>Bugge, Markus. 2009: <i>Creative Distraction: The Digital Transformation of the Advertising Industry</i>. Doktorgrad. Bestilles gjennom NIFU STEP. Uppsala universitet, 134 sider</p> <p>Helgesen Thorolf og Terje Gaustad. 2002: <i>Medieøkonomi</i>. Stølen media: Stølen. 173 sider</p> <p>Sawyer, Robert. 2004. <i>Kiss & Sell: Writing for Advertising</i>. AVA Publishing: Lausanne. 192 sider</p> <p>Williamson, Judith. 1994. <i>Decoding advertisements</i>. Marion Boyars: London. 180 sider</p> <p><i>Til sammen: 482 sider</i></p>

REDAKSJONELL KOMMUNIKASJON

Studiepoeng

30

Semester

4. semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Emnet fokuserer på redaksjonelle sjangere som essay, intervju, reportasje og kommentar. Emnet gir innføring i hvordan man ved hjelp av digitale medier anvender bilder, tekst og illustrasjoner for å formidle et budskap. Studentene skal planlegge, produsere og publisere et magasin for nett og trykte medier. Emnet gir erfaring med redaksjonelt arbeid for lyd og levende bilder. Studentene får innsikt i relevante problemstillinger og etiske utfordringer knyttet til redaksjonelt arbeid, samt interaksjonen mellom ulike medier. Ved semesterslutt skal studentene publisere sitt eget arbeid, både i et trykt medium og i et digitalt medium.

Delemner

- Redaksjonell fortelling, tenkning og arbeidsformer
- Redaksjonell produksjon og organisering

Eksamen

Eksamen består av en individuell innlevering innen redaksjonelt arbeid på 2–3 uker. Oppgaven gis på grunnlag av gjennomgåtte emner og pensum.

Vurdering

Eksamen vurderes av skriftlig av faglærer.

Karaktersystem

Bestått/ikke-bestått

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Redaksjonell kommunikasjon
Delemne:	Redaksjonell fortelling, tenkning og arbeidsformer
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har grunnleggende kunnskap om fortellende journalistikk.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan publisere for elektroniske og interaktive medier i tekst, lyd og bilde.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får kjennskap til og erfaring med ulike redaksjonelle mediers uttrykksformer.</p>
Innhold:	<p>Redaksjonelle tekster og narrativitet: redaksjonelle teksters språk og oppbygging</p> <p>Redaksjonelle sjangere: essay, intervju, reportasje og kommentar</p> <p>Lyd og bilde i redaksjonell kommunikasjon: bruk av stillbilder, levende bilder og lyd i journalistikken</p> <p>Interaktive og digitale medier</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal levere ferdige redaksjonelle tekster individuelt og i grupper til prøvepublisering i et nettmagasin. Studentene skal levere en prosessrapport som dokumenterer deres egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Fangel, Tom og Kate Kartveit. 2006. <i>Tv-journalistikkens ABC: Metoder, bildeforståelse og fortellerteknikk</i>. IJ-forlaget: Kristiansand. 200 sider.</p> <p>Gripsrud, Jostein. 2002. «Narratologi: fortellingens former og funksjoner», i <i>Mediekultur, mediesamfunn</i>. Universitetsforlaget: Oslo. 29 sider</p> <p>Vidensbasens artikler om det journalistiske intervjuet, tilgjengelig på: http://www.cfje.dk/CFJE/VidBase.nsf/297c3326afe7a554c125679a004570aa/c8e606f587b7a0d4c12567fb003b342f?OpenDocumet (gjelder artiklene i Interviewet som genre og i Interviewet på tryk)</p> <p>Østlyngen, Trine og Øvrebø, Turid.(2000). 2010. <i>Journalistikk</i>. Gyldendal: Oslo, 405 sider</p> <p>Til sammen: 634 sider</p>
Anbefalt pensum:	<p>Bech-Karlsen, Jo. 2000. <i>Reportasjen</i>. Universitetsforlaget: Oslo. 355 sider.</p> <p>Dalviken, Linda. 2005. <i>Fortellende journalistikk i Norden</i>. Høyskoleforlaget: Oslo. 194 sider.</p>

	<p>Bech-Karlsen, Jo. 2007. <i>Åpen eller skjult. Råd og uråd i fortellende journalistikk</i>. U-forlaget. 264 sider.</p> <p>Wolfe, Tom. 1994. <i>The new Journalism</i>. Picador Books: New York Part one (s.15-68), 53 sider.</p>
--	--

Emne:	Redaksjonell kommunikasjon
Delemne:	Redaksjonell produksjon og organisering
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om og erfaring med produksjon og publisering av redaksjonelt stoff for ulike medier.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan publisere for elektroniske og interaktive medier i tekst, lyd og bilde og overføre publiseringen til et trykt medium.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får kjennskap til redaksjonelle mediers struktur og arbeidsformer. De får kunnskap om lover og regler for ytringsfrihet og publisering i offentlighet, og de ulike journalistiske sjangrene.</p>
Innhold:	<p>Administrering: budsjettering, annonseinntekter og distribusjon</p> <p>Redaksjonelle verdier og holdninger: etiske regler og PFU</p> <p>Redaksjonelle uttrykksformer og sjangere:</p> <p>Redaksjonell kommunikasjonsstrategi og arbeidsmetoder: mål og intensjon for en redaksjon, organisering av en redaksjon, samarbeidsformer, kreative prosesser</p> <p>Salg og markedskommunikasjon i en redaksjonell publisering: publisering, profilering og finansiering av redaksjonelle produkter</p> <p>Redaksjonell skrivetrening: praktisk opplæring i journalistisk skrivning; publisering av eget arbeid</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal produsere et nettmagasin på profesjonelt nivå samt produsere et trykt magasin. De skal levere en prosessrapport som dokumenterer deres egen faglige utvikling.
Obligatorisk pensum:	<p>Richard Butsh. 2008. <i>The Citizen Audience</i>. Routledge: New York and London. 186 sider.</p> <p>Roppen, Johann. 2004. <i>Medieindustrien. Innføring i medieøkonomi</i>. Det Norske Samlaget: Oslo. 175 sider.</p> <p>Østbye, Helge mfl. 2007. <i>Metodebok for mediefag</i>. Fagbokforlaget: Bergen. 316 sider.</p> <p>Pensum til sammen: 677 sider</p>

FORDYPNING I MARKEDSKOMMUNIKASJON

Studiepoeng

15

Semester

5. semester

Emnet er valgbart

Ved innveksling av utenlandske studenter undervises det på engelsk i dette emnet.

Beskrivelse

Studentene får praktisk erfaring med gjennomføring av oppdrag, fra idé til endelig ferdigstillelse for eksterne oppdragsgivere. Studentene løser reelle og aktuelle oppgaver som om de er et profesjonelt markedskommunikasjonsbyrå. Studentene leverer fulle kampanjer med påvirkningskommunikasjon for både trykte og elektroniske medier. Femte semester er preget av praktisk gjennomføring av oppdrag fra profesjonelle oppdragsgivere. Studentene skal utføre oppdragene fra oppdragsbeskrivelse via strategi og kreativ arbeidsprosess til endelig ferdigstillelse og publisering.

Eksamen

Eksamen består av en kampanje med påvirkningskommunikasjon for både trykte og elektroniske medier, samt en prosessrapport på 2–4 sider.

Vurdering

Kampanjen teller 70 prosent og prosessrapporten teller 30 prosent. Innleveringene blir vurdert av emneansvarlig. Begge må bestås separat.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Fordypning i markedskommunikasjon
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om markedskommunikasjon og markedskommunikasjonens publiseringsformer på profesjonelt nivå.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan gjennomføre et arbeidsoppdrag for reelle oppdragsgivere, fra briefing via strategi, retninger, ideer, løsninger og produksjon til publisering på profesjonelt nivå.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene kan tolke og forstå en oppdragsbriefing, gjøre metodisk funderte undersøkelser og research, tenke strategisk og metodisk når det gjelder presentasjonsteknikker. Studentene har også erfaring med den profesjonelle virkeligheten.</p>
Innhold:	<p>Arbeid med praktiske oppgaver og oppdrag; praktisk gjennomføring av oppdrag fra profesjonelle oppdragsgivere; oppdragsbeskrivelse, strategi, kreativ arbeidsprosess, ferdigstilling og publisering</p> <p>Rapportering:</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatorisk pensum:	<p>Bedbury, Scott. 2002. <i>A new brand world: 8 principles for achieving brand leadership in the 21st century</i>. Viking: New York. 220 sider.</p> <p>Bierut, Michael og Peter Hall. 2000 <i>Tibor Kalman, Perverse Optimist</i>. Princeton Architectural Press: London. 420 sider.</p> <p>Michael Michaelenko. 2006: Thinkertoys. The Speed Press. 394 sider.</p> <p>Pensum til sammen: 1034 sider</p>

FORDYPNING I KUNSTORIENTERTE TEKSTER

Studiepoeng

15

Semester

5. semester

Emnet er valgbart

Ved innveksling av utenlandske studenter undervises det på engelsk i dette emnet.

Beskrivelse

Studentene opparbeider seg kunnskap om de ferdighetene, begrepene og sentrale problemstillingene som inngår i produksjon av litterær prosa eller et manus for film på et profesjonelt nivå.

Eksamen

Eksamen består av innlevering av manus / et litterært arbeid på minst 20 sider, samt et refleksjonsnotat og prosessrapport på til sammen 2-4 sider.

Vurdering

Manuset teller 70 prosent, refleksjonsnotat og prosessrapport teller 30 prosent. Begge innleveringer vurderes av emneansvarlig og må bestås separat.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Fordypning i kunstorienterte tekster
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om hvordan samarbeidsformen er mellom forfatter og redaktør i et forlag, samt produsent i et filmproduksjonsselskap. Studentene har kunnskap om narrativ, dramaturgi og virkemidler på et høyt nivå innenfor sjangrene litterær prosa og manus til film.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan gjennomføre et omfattende tekstarbeid hvor narrativ og dramaturgi er bærende elementer i historien som formidles.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene kan takle utfordringer som gjelder egen skaperkraft og iboende kunstneriske ressurser.</p>
Innhold:	<p>Skriving for publisering:</p> <p>Fortellingsdramaturgi: Plot (fortellingsstrukturer som archplot, multiplot, miniplot og antiplot); karakterer; univers</p> <p>Sjangerbevissthet:</p> <p>Synsvinkel: Fortellingsståsted og dets betydning for fortellergrep, narrativ og virkemidler</p> <p>Forfatterrollen og publisering: møte med forlag, redaktør, produsent og regissør; publisering</p> <p>Praktisk skriveverksted:</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper; veiledning av profesjonelle forfattere, skribenter og lignende ut fra krav om profesjonell publisering
Obligatorisk pensum:	<p>Forsters, E.M. 1956. <i>Apects of the Novel</i>. Mariner Books, 192 sider</p> <p>Lee, Nam. 2009. <i>The Boat</i>. Canongate Books Ltd, 288 sider</p> <p>Luuk, Martin. 2006. <i>Mamsen</i> Loyal Press: Stockholm, 20 sider</p> <p>McKee, Robert .1998. <i>Story: substance, structure, style, and the principles of screenwriting</i>. Methuen: London. 466 sider.</p> <p>Til sammen: 966 sider</p> <p>I tillegg kommer en følgende filmer: Benton, Robert. 1979. <i>Kramer vs. Kramer</i> Coppola, Francis Ford. 1979. <i>Apocalypse Now</i>. Gansland, Jesper. 2006. <i>Farväl Falkenberg</i>.</p>
Anbefalt litteratur:	Wood, James. 2008. <i>How fiction works</i> . Jonathan Cape: London. 208 sider.

FORDYPNING I REDAKSJONELL KOMMUNIKASJON

Studiepoeng

15

Semester

5. semester

Emnet er valgbart

Ved innveksling av utenlandske studenter undervises det på engelsk i dette emnet.

Beskrivelse

Emnet gir innsikt i begreper, kunnskaper og ferdigheter som studentene må ha for å kunne arbeide med redaksjonell produksjon på et profesjonelt nivå. Studentene får innsikt i relevante problemstillinger og etiske utfordringer knyttet til redaksjonelt arbeid.

Eksamen

Eksamen består av innlevering av minst to arbeidsprøver på til sammen minimum 10 sider, samt refleksjonsnotat og prosessrapport på til sammen 3-5 sider.

Vurdering

Arbeidsprøve, refleksjonsnotat og prosessrapport vurderes av emneansvarlig.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Redaksjonell kommunikasjon. Fordypning
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om redaksjonelt arbeid og redaksjonell organisering på profesjonelt nivå.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan arbeide med redaksjonell produksjon av redaksjonelle uttrykksformer generelt og tekst spesielt på et profesjonelt nivå, og de kan overføre en redaksjonell sak mellom ulike medier og plattformer.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får fordypende kunnskaper om, erfaring med og innsikt i et profesjonelt redaksjonelt miljø.</p>
Innhold:	<p>En redaksjons struktur og arbeidsform: utveksling og samarbeid i et profesjonelt miljø</p> <p>Beslutningsprosesser ved valg av innhold: roller, tidsrammer og tekstredigering</p> <p>Etikk og moral: det aktuelle mediets profil og publiseringspolitikk spesielt og publiseringsetikk i samfunnet generelt</p> <p>Redaksjonell form: layout, typografi, brukergrensesnitt i trykte og elektroniske medier</p> <p>Tradisjonelle redaksjoner vs. digitale: dynamikk og skillelinjer i uttrykk og arbeidsform</p> <p>Krysspublisering: flermedial publisering</p> <p>Redaksjonelt skriveverksted:</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal arbeide i og samarbeide med en profesjonell og etablert redaksjon og produsere innenfor redaksjonens publiseringsmal. De skal dokumentere sin egen faglige utvikling
Obligatorisk pensum:	<p>Andenæs, Ivar. 2008. <i>Kobling: Tekst og reklame i norske aviser</i>. Institutt for journalistikk: Fredrikstad. 167 sider.</p> <p>Arneson, Pat (red.). 2007. <i>Exploring communication ethics : interviews with influential scholars in the field</i>. Peter Lang Publishing: New York. 196 sider.</p> <p>Emanuelson, Roy. 2005. <i>Flermedialitet</i>. Mediehøgskolen: Kristiansand. 200 sider</p> <p>Indahl, Nils G. 2007. <i>Nettjournalisten</i>. Høyskoleforlaget: Kristiansand. 150 sider.</p> <p>Pensum til sammen: 713 sider</p>

PRAKSIS

Studiepoeng

10

Semester

6. semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Emnet gir profesjonell erfaring med arbeid i en medie- eller kommunikasjonsbedrift over tid. I praksisperioden jobber studentene med konkrete prosjekter og oppdragsgivere. Emnet gir studentene praktisk erfaring med mediefaglig arbeid og mulighet til å opparbeide seg et kontaktnett innenfor bransjen. Gjennom perioden skal studentene bearbeide og reflektere teoretisk i deres egen evaluering og oppsummering. En utfyllende kontrakt mellom WSoC og praksisstedet stadfester hva studentene skal gis adgang til å arbeide med i perioden. For hver student oppnevnes en praksisveileder på praksisstedet. Veileder skal følge studentene i deres læreprosess og aktivt ta ansvar for nødvendig progresjon. Praksistiden vil normalt tilsvare 8 ukers arbeid. Studentene skal utføre minst ett selvstendig mediefaglig arbeid i praksisperioden.

Eksamen

Studentene skal levere en praksisrapport med arbeidsprøver. Rapporten skal inneholde: en egenvurdering av praksisperioden etter mal utarbeidet av emneansvarlig, minst ett mediefaglig arbeid fra praksisperioden og et refleksjonsnotat over dette arbeidet. Rapportens omfang skal være på 10–15 sider.

Vurdering

- Vurderingen av praksisrapporten gjøres emneansvarlig og praksisveileder.
- Praksisstedet gir en attestvurdering ut fra gitt vurderingsmal.

Karaktersystem

Bestått / Ikke bestått

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Praksis
Studiepoeng:	10
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har profesjonell innsikt i, kunnskap om og erfaring med å arbeide over tid i en valgt medie-/kommunikasjonsbedrift eller avdeling.</p> <p>Ferdighet: Studentene mestrer oppgaver på linje med andre sammenliknbare ansatte i bedriften/avdelingen.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får en praktisk opplevelse av sin fremtidige arbeidshverdag.</p>
Innhold:	Deltakelse i profesjonelle arbeidsoppgaver; rapportering
Undervisningsformer:	Veiledning individuelt eller i gruppe; rapportering
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal arbeide i samarbeid med profesjonell veileder/organisasjon/instans.
Obligatorisk pensum:	Oppslagsverk tilgjengelig på: http://www.medieregisteret.no/database http://www.medienorge.uib.no

BACHELOROPPGAVEN

Studiepoeng

20

Semester

6.semester

Emnet er obligatorisk

Beskrivelse

Bacheloroppgaven skal ha form av en innlevert tekstoppgave og være en fordypning innenfor ett av våre fagområder: markedskommunikasjon, redaksjonell kommunikasjon eller kunstorientert tekstskriving. Studentene vil få hjelp og veiledning til utforming av individuelle prosjektbeskrivelser, og til fordypning i informasjonsinnsamling og god kildebruk. Problemstillingen skal være knyttet til kommunikasjonsfaglige teorier og sammenhenger. Prosjektbeskrivelsen skal leveres i 5. semester og godkjennes av fagansvarlige ved skolen. Arbeidet med bacheloroppgaven er et selvstendig prosjekt, men det er mulig å knytte den temamessig til praksis etter nærmere avklaring med veileder.

Studentene kan velge å utforme bacheloroppgaven på følgende måter:

- a) Bacheloroppgaven kan være en ren skriftlig oppgave på 20–25 sider. Ved valg av en rent skriftlig oppgave skal studentene dokumentere fakta- og teorikunnskaper innenfor rammene av studieplanens områder og målsettinger, samt evnen til å sette denne kunnskapen inn i en sammenheng og evnen til selvstendig og kreativ drøfting. Den skriftlige oppgaven har form av en vitenskapelig rapport.
- b) Bacheloroppgaven kan være en produksjonsoppgave på 15–20 sider. Ved valg av en produksjonsoppgave skal studentene dokumentere praktiske og teoretiske kunnskaper innenfor rammene av studieplanens områder og målsettinger, samt evnen til å bruke denne kunnskapen kreativt og selvstendig i et medieprodukt. Medieproduktet, som leveres sammen med et refleksjonsnotat, skal være gjennomarbeidet, og det skal være samsvar mellom intensjon og ferdig uttrykk. Studentene skal i refleksjonsnotatet kunne analysere og evaluere det ferdige produktet og produksjonsprosessen, og drøfte de valgte løsningene i lys av oppsatt bakgrunns litteratur. Ved en kombinasjon av en skriftlig oppgave og et medieprodukt skal studentene dokumentere evnen til å produsere en helhetlig og gjennomarbeidet oppgave, der medieproduktet og den skriftlige delen utgjør en helhet. Medieproduktet kan være praktiske eksempler tilknyttet den skriftlige delen eller et selvstendig medieprodukt som den skriftlige delen drøfter opp mot relevant teori. Studentene skal i en kombinasjonsoppgave vise praktiske og teoretiske kunnskaper innenfor rammene av studieplanens områder og målsettinger.

Delemner

- Prosjektbeskrivelsen
- Bacheloroppgaven

Eksamen

- a) Eksamen består av en skriftlig oppgave med refleksjonsnotat på til sammen 20–25 sider, samt en individuell muntlig høring.
- b) Eksamen består av en tekstoppgave med medieprodukt og refleksjonsnotat på til sammen 15–20 sider, samt en individuell muntlig høring.

Vurdering

Bacheloroppgaven bedømmes av 2 sensorer, hvorav minimum en av dem er ekstern. Sensorene har en samtale med kandidaten og gir en skriftlig vurdering av arbeidet.

Karaktersystem

A-F

For å kunne gå opp til eksamen i emnet må skolens retningslinjer for deltakelse være oppfylt, alle obligatoriske forkrav må være levert.

Emne:	Bacheloroppgaven
Delemner:	Prosjektbeskrivelsen
Studiepoeng:	5
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har kunnskap om kildesøk og kildekritikk på et profesjonelt nivå. Studentene har kunnskap om planlegging, budsjettering og publisering av selvstendige prosjekter.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan avgrense, planlegge og presentere et individuelt prosjekt.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene kan utføre metodisk funderte undersøkelser og research, samt jobbe selvstendig med et individuelt prosjekt.</p>
Innhold:	<p>Informasjonsøking og kildekritikk: kildesøk; ytre kildekritikk; tolkning; indre kildekritikk</p> <p>Etikk: objektivitet, subjektivitet, sannhet; Værvarsom-plakaten, personvern, kildenes rettigheter, redaktøransvaret</p> <p>Oppgaveskrivning: problemutvikling og metodevalg</p> <p>Prosjektbeskrivelsen som produkt: henvisninger, noteapparat; litteraturliste; budsjettering</p> <p>Praktisk skrivetrening:</p>
Undervisningsformer:	Forelesninger, verkstedsarbeid, selvstudium; veiledning individuelt og i grupper
Obligatoriske forkrav:	Studentene har individuelle presentasjoner av temavalg og innlevering av pensumliste. Studentene skal levere prosjektbeskrivelsen i 5. semester, den består av problemstilling, temafelt, research, tidsplan og valg av publiseringskanal. Prosjektbeskrivelsen skal presenteres for faglærere og medstudenter for gjensidig vurdering.
Obligatorisk pensum:	<p>Dalland, Olav. 2007. <i>Metode og oppgaveskrivning for studenter</i>. Gyldendal akademisk: Oslo. 297 sider.</p> <p>Øvrig litteraturliste på 150- 300 sider utarbeides av studenten og godkjennes av emneansvarlig.</p>
Anbefalt litteratur:	<p>Fossum, Egil og Sidsel Meyer. 2008. <i>Er nå det så sikkert? Journalistikk og kildekritikk</i>. Cappelen Akademisk forlag: Oslo. 232 sider.</p> <p>Hansson, Atle. 2009. <i>Frilans! En komplett håndbok for frilansere (og for deg som vil bli det)</i>. Pourquoi?: Oslo. 289 sider.</p> <p>Lindqvist, Martin og Peder Söderling. 2009. <i>Informationskompetens – en grundbok</i>. Santérus: Stockholm. 243 sider.</p>

Emne:	Bacheloroppgaven
Delemne:	Bacheloroppgaven
Studiepoeng:	15
Læringsutbytte:	<p>Kunnskap: Studentene har fordypningsinnsikt og spesialkunnskap i emnet de velger.</p> <p>Ferdighet: Studentene kan redegjøre, analysere og fremføre problemstillinger skriftlig og praktisk.</p> <p>Generell kompetanse: Studentene får en praktisk og mental opplevelse av å jobbe teoretisk med et faglig emne.</p>
Innhold:	<p>Oppgaveskriving som sjanger: hvordan bygge opp og skrive en oppgave på bachelornivå</p> <p>Metode og kildebruk: researchmetodikk og kildebruk; oppbygging av selvvalgt pensum</p>
Undervisningsformer:	Et fastsatt antall timer individuell veiledning; selvstendig arbeid
Obligatoriske forkrav:	Studentene skal levere litteraturliste til godkjenning.
Obligatorisk pensum:	<p>Obligatorisk pensum: Johannessen, Jon-Arild og Johan Olaisen. 1995. <i>Prosjekt: hvordan planlegge, gjennomføre og presentere prosjektoppgaver, utredninger og forskning.</i> Fagbokforlaget: Bergen. 232 sider. Frankfort-Nachmias, C. og D. Nachmias. 2008. <i>Research methods in the social sciences. 6th ed.</i> Worth Publishers: New York. 600 sider.</p> <p>Selvvalgt pensum: 700 sider selvvalgt pensum knyttet til temavalg for bacheloroppgaven. Pensumliste skal godkjennes av faglærere.</p>