

Lokal examensbeskrivning

Filosofie kandidatexamen

Huvudområde: Reklam och PR

Degree of Bachelor of Science

Main Field of Study: Advertising and PR

Beskrivning av huvudområdet

Reklam & PR är ett ämnesområde inom företagsekonomi som är inriktat på studier av de olika sätt på vilka företag och organisationer kommunicerar med det omgivande samhället. Ämnet är flervetenskapligt och studerar marknadskommunikation ur ett historiskt, sociokulturellt, kommunikationsteoretiskt och psykologiskt perspektiv, samt ur ett design- och grafiskt formgivningsperspektiv. Forskning och undervisning inom ämnesområdet fokuserar såväl på samhälls- som marknadskommunikation och syftar till att belysa olika tolknings- och handlingsmöjligheter i den professionella praktiken.

Beskrivningen av huvudområdet är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden 2015-10-07.

1. Fastställande

Examensbeskrivningen är fastställd 2015-12-16. Reviderad 2021-03-24. Reviderad 2022-04-29. Giltig från och med 2022-04-29.

2. Nivå

Grundnivå.

3. Krav för examen

För att uppnå kraven för en Filosofie kandidatexamen i reklam och PR krävs den studiegång som är fastställd i utbildningsplanen för Kandidatprogram i marknadskommunikation (GI).

Av utbildningsplanen framgår även vilka kurser som är obligatoriska för att uppfylla kraven för examen vid studiegång med fristående kurser.

3.1 Krav för examen med examensinriktninginriktning

Examensinriktning: Marknadskommunikation och IT
Spezialication: Market Communication and Information Technology

För att uppnå kraven för en filosofie kandidatexamen i reklam och PR med examensinriktning marknadskommunikation och IT krävs den studiegång som är fastställd i utbildningsplanen för Kandidatprogram i marknadskommunikation och IT.

3.2 Beslut om undantag från lokala examenskrav

Det är studierektor som beslutar om undantag från något av de lokala krav som framgår av denna examensbeskrivning.

4. Övergångsregler

Huvudområdet är den examensbärande delen i denna Filosofie kandidatexamen. Vid återkallande av huvudområdesstatus, dvs när denna kandidatexamen inte längre kan utfärdas ifrån ett visst datum (med undantag för student som uppfyllt fordringarna för reklam och PR innan huvudområdesstatus återkallats) gäller följande (se även Regler och handläggningsordning för etablering och avveckling av utbildning samt aktuella kurs- och utbildningsplaner).

Avvecklingsperiod för examensarbetskurs inom huvudområdet är minst tre terminer (och högst två år). Avvecklingsperiod för kandidatprogram är minst fem år efter att sist antagna student på programtermin 1 registrerats (dvs programmets nominella löptid + två år).

Studenten omfattas av den lokala examensbeskrivning som gällde för huvudområdet när studenten påbörjade sina studier inom huvudområdet om inte en senare revidering är gynnsammare för studenten.

För studenter som påbörjat sina studier före 1 juli 2016 hänvisas till Studentavdelningen för information som rör övergångsregler.

5. Examensmål enligt Högskoleförordningen

Mål

Kunskap och förståelse

För Filosofie kandidatexamen ska studenten

- visa kunskap och förståelse inom reklam och PR, inbegripet kunskap om reklam och PR:s vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom reklam och PR, fördjupning inom någon del av reklam och PR samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

För Filosofie kandidatexamen ska studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För Filosofie kandidatexamen ska studenten

- visa förmåga att inom reklam och PR göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällseliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.