

Journalistik, reklam och information 1

Undervisningen i kursen ska behandla följande centrala innehåll:

Grundläggande kommunikationsvetenskapliga metoder och teorier, till exempel envägskommunikation, tvåvägskommunikation eller intermedialitet, med fokus på kommunikationsprocessens olika steg.

Analys av olika budskapsinnehåll, avseende språk och gestaltning, som är riktade mot en tänkt målgrupp.

Kommunikation inom journalistik, information och reklam via olika medier i nationellt och internationellt perspektiv.

Informationssökning via olika kanaler, källor och digitala medietillämpningar samt grundläggande metoder för kritisk granskning av deras relevans och trovärdighet.

Lagstiftning, etiska regler och internationella överenskommelser som berör kommunikationsområdet, till exempel marknadsföringslagen, pressetiska regler och erkända internationella regler för reklam.