

Lokal examensbeskrivning

Filosofie kandidatexamen Huvudområde: Reklam och PR

Advertising and PR

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 2015-10-06.

1. Fastställande

Examensbeskrivning för filosofie kandidatexamen i reklam och PR vid Stockholms universitet är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden 2015-12-16 i enlighet med högskoleförordningen SFS 1993:100, bilaga 2 – examensordningen.

2. Nivå

Grundnivå.

3. Krav för examen

3.1 Beskrivning av utbildning på berörd nivå

Utbildningen ska vila på vetenskaplig grund samt på beprövad erfarenhet.

Utbildningen ska väsentligen bygga på de kunskaper som eleverna får på nationella program i gymnasieskolan eller motsvarande kunskaper.

Utbildningen ska utveckla studenternas

- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och

- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.
- Inom det område som utbildningen avser ska studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att
- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
 - följa kunskapsutvecklingen, och
 - utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

3.2 Mål

Kunskap och förståelse

För filosofie kandidatexamen i reklam och PR ska studenten

- visa kunskap och förståelse inom reklam och PR inbegripet kunskap om reklam och PRs 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 i reklam och PR 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 i reklam och PR ska studenten

- visa förmåga att inom reklam och PR göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga 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.

3.3 Lokala mål

Inga lokala mål.

3.4 Omfattning

Filosofie kandidatexamen i reklam och PR uppnås efter att studenten fullgjort kursfordringar om 180 högskolepoäng, varav minst 90 högskolepoäng med successiv fördjupning inom reklam och PR. Omfattningen av kurser på avancerad nivå är begränsad

till högst 30 högskolepoäng.

3.5 Kurser inom huvudområdet inklusive självständigt arbete

För filosofie kandidatexamen i reklam och PR ska studenten ha godkänt resultat på följande eller motsvarande kurser:

Reklam & PR: grundläggande management, GN, 7,5 högskolepoäng
 Reklam & PR: grundläggande redovisning, GN, 7,5 högskolepoäng
 Reklam & PR: grundläggande marknadsföring, GN, 7,5 högskolepoäng
 Organisations- och marknadskommunikation, GN, 7,5 högskolepoäng
 Reklamstrategi, GN, 7,5 högskolepoäng
 Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring, GN, 7,5 högskolepoäng
 Marknadsjuridiska perspektiv, GN, 7,5 högskolepoäng
 Reklam & PR: fortsättningskurs i management, GN, 7,5 högskolepoäng
 Marknadskommunikation och medier, GN, 7,5 högskolepoäng
 Forskningsmetoder inom reklam och PR, GN, 7,5 högskolepoäng
 Examensarbete för kandidatexamen i reklam och PR, GN, 15 högskolepoäng

Inom ramen för kursfordringarna ska studenten ha fullgjort ett självständigt arbete (examensarbete) på grundnivå om minst 15 högskolepoäng inom reklam och PR.

3.6 Övriga kurser

För filosofie kandidatexamen i reklam och PR ska studenten ha godkänt resultat på valfria kurser om 90 högskolepoäng.

3.7 Tillgodoräknanden

Det är studierektor vid Företagsekonomiska institutionen som beslutar om tillgodoräknanden och undantag från obligatoriska kurser inom huvudområdet reklam och PR.

3.8 Övrigt

4. Övergångsregler

Huvudområdet är den examensbärande delen i denna filosofie kandidatexamen i reklam och PR. 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 Handläggningsordning för upphävande av fastställda kurs- och utbildningsplaner 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).

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