

Velkommen til faget Strategisk kommunikation på den Fleksible Master i Offentlig Ledelse, FMOL, forårssemesteret 2020 på SDU.

Læseplan

Faget strategisk kommunikation vægter 5 ECTS-point, svarende til en vejledende arbejdsbelastning på 135 timer - alt inklusive (forberedelse til undervisning, fremmødedage og eksamen). Undervisningen fordeler sig på 5 undervisningsdage af hver 6,5 konfrontationstimer.

Vi starter alle undervisningsdage kl. 10 (vi arbejder ikke med det såkaldte 'akademiske kvarter'). Vi slutter kl. 16.30 og holder undervejs en kort frokostpause og få kaffepauser. En hurtig udregning, i forhold til den vejledende arbejdsbelastning, efterlader os med begrænsede konfrontationstimer, så de timer vi har, vil være præget af højt tempo, hvor det absolut tilrådes at være godt forberedt på dagens pensum.

Der laves ikke time-for-time program, med faste kaffepauser, for de enkelte undervisningsdage

Underviser bliver altid 30 minutter efter hver undervisningsdag/seminar, hvis nogle har brug for at stille egne faglige spørgsmål, som ikke behøver at optage hele holdets tid. Der kan også være andre spørgsmål som kursisten vurderer er bedst egnet til at stille efter undervisningen.

Pensum

Der er tre slags læsestof - på samlet set knap 650 sider:

- En ny grundbog om strategisk kommunikation af Marianne Leth Jørnø & Karin Sloth, hvor vi får besøg af sidstnævnte på seminar 2. Bogen er vores primære læsekilde på første og andet seminar. Start derfor med at læse grundbogen. Dertil kommer:
- Kompendiet, som indeholder uddrag af bøger og artikler. Kompendiet er obligatorisk læsestof - ligesom grundbogen - og desuden pensum markeret online/www.

Enkelte store PDF-filer uploades særskilt til E-klasseværelset (Blackboard), hvis de ikke er med i kompendiet. Disse er også pensum og indgår i læseplanen, selvom de ikke optræder i det fysiske kompendium. Det fremgår i givet fald pensumoversigten, og underviser sender desuden en besked ud, når upload af filer sker.

- Online/www. Løbende bliver der uploadet videoer, links og artikler, som vi taler om eller inspireres af undervejs, hvis de IKKE optræder af pensumoversigten, eller denne læseplan, er der tale om materiale til inspiration.

Kilder markeret med online/www på pensumoversigten eller i denne læseplan, forventes læst på lige fod med grundbog og kompendium. Disse online/www-kilder indgår i det samlede antal opgjorte sider.

!! På seminar 4 er det meste af pensum på engelsk, og derfor er der (lidt) færre antal sider at læse, men forberedelsestiden kan forventes at være omtrent den samme.

Alle fem seminarer indeholder forelæsninger fra underviser, men også gruppebaserede refleksioner over dagens teori, hvor I inddrager erfaringer eller undren fra jeres organisation.

!! Ovenstående betyder, at I til hvert seminar skal have tænkt over, hvordan pensum relaterer sig til den strategiske kommunikation, I arbejder med/forholder jer til i jeres daglige arbejde. I behøver på ingen måde at have afklarede svar eller færdige løsninger, men blot have brugt tid på at tænke pensum og dagligt arbejde 'sammen', så godt som jeres respektive arbejdssituationer indbyder til det.

Vi får 3 besøg undervejs. Foruden Karin Sloth (seminar 2) kommer også Kurt Klaudi Klausen, professor i offentlig ledelse og organisation på SDU (seminar 1) og Jesper Claus Larsen, der er *polster* og ansvarlig for 'Insight & Behaviour' hos Primetime Kommunikation (seminar 5).

Underviser

Faget strategisk kommunikation har én underviser - foruden vores gode gæsteoplægsholdere. Underviser er journalistisk lektor ved SDU, Trine Nebel.

Jeg, Trine, kommer fra en lignende stilling på Danmarks Medie- og journalisthøjskole, hvor jeg de seneste fem år har undervist voksne på diplomuddannelsen i kommunikation, været vejleder på kursisternes diplomafgangsprojekter og været ud-af-huset-konsulent, på vegne af DMJX, i navnlig offentlige organisationer. Desuden har jeg 10 års erfaring med politisk ledelse i en kommune. Dertil kommer bøger om kommunikation, retorik, omdømme, taler og politik.

Handouts

Senest 5 dage efter hvert seminar uploades de gennemgåede slides til *Blackboard*, vores E-Klasseværelset. Inden hvert seminar skal der altså alene læses op på pensum, ikke slides. Disse slides kan indeholde materiale, der er beskyttet uden for selve undervisningssituationen, og handouts må derfor ikke videredistribueres, men er at betragte som til personligt brug og eksamensnoter.

Eksamen

Eksamen er skriftlig. Der udleveres en opgave som vil være tilgængelig i vores E-klasseværelse (*Blackboard*). I har 7 dage til at skrive eksamensopgaven, der må udgøre max. 10 sider á 2.400 anslag, inklusiv problemformulering og litteraturliste.

Opgaven vil omhandle en kommunikationsplan eller et forslag til kommunikationsstrategi, der skal tage udgangspunkt i pensum og strategisk kommunikation i jeres daglige arbejde eller organisationer. Opgaven bedømmes internt - af én bedømmer - efter 7-trinsskalaen.

Eksamen berøres ganske kort på seminar 1, og gennemgås mere detaljeret på seminar 5.

Modul 1: introduktion til strategisk kommunikation, del 1.

Vi starter dagen med en hurtig præsentation. Jeg sørger for navneskilte, hvor I med store og tydelige bogstaver på både for- og bagside skriver jeres navn. Og med mindre bogstaver, fx nede i højre hjørne, jeres organisation. Så har vi hele tiden dét på plads.

Der vil ikke blive brugt væsentlig tid på at gennemgå oplysninger, der allerede fremgår af pensum eller læseplan. Dette skyldes ikke uvilje eller mangel på interesse, men alene et forsøg på at få så meget undervisning som muligt ud af (også) vores første seminar.

Pensum lægger ud med første halvdel af "Strategisk kommunikation - i en ustyrlig tid" samt relevante supplerende artikler, herunder af Kurt Klaudi Klausen, der kommer og holder en times gæsteoplæg om strategisk ledelse i det offentlige.

Strategisk kommunikation som fag og genre er mangeartet og ofte ustyrlig, selvom idealet er at forsøge at styre kommunikationen så meget som muligt. Der indgår utrolig mange begreber og faglige underkategorier til strategisk kommunikation. Formålet med seminar 1 og 2 er at få sat en faglig ramme, og tilegne os et vist stammesprog omkring fagets termer.

Kompendium:

Gulbrandsen, Ib T. & Stine N. Just (2016). *Strategizing communication. Theory and Practice*, Samfundslitteratur, 40 sider (side 91-130)

Kompendium:

Sepstrup, Preben (2010). *Introduktion til public relations* i Henrik Merckelsen (red.) Håndbogen i Strategisk Public Relations, Samfundslitteratur, 11 sider (34-44)

Kompendium:

Klausen, Kurt Klaudi (2014). *Strategisk ledelse i det offentlige*, Gyldendal Business, 23 sider (13-35)

Grundbog:

Jørnø, Marianne Leth & Karin Sloth (2019). *Strategisk kommunikation i en ustyrlig tid*, Samfundslitteratur, 75 sider (side 11-87).

Modul 2: Introduktion til strategisk kommunikation, del 2.

Nu er vi gang og der vil nok allerede været kommet supplerende læsemateriale på *Blackboard*, vores E-klasseværelse. Supplerende materialer er som nævnt IKKE pensum, men inspirationsmaterialer som tjener som støtte og supplement. Det kan interessante kilder, vi ikke fik uddybet på seneste seminar, men som fortjener en rundering eller refleksion. Pensum er og bliver, hvad der fremgår af pensum og læseplan.

Vi afslutter vores grundbog, supplerer med lidt SoMe og en kort, men komprimeret artikel fra Harvard Business Review om, hvad der indgår i en strategi, og hvorfor svært det er for mange ledere at konkretisere, hvad strategien går ud på. Noget vi med faget forsøger at råde bod på!

Sidst men ikke mindst får vi besøg af dygtige Karin sloth, der er medforfatter til vores grundbog.

Kompendium:

Collis, David J. & Michael G. Rukstad (2008), *Can you say what your strategy is?*, HBR, Harvard Business Review, PDF-artikel, 16 sider

<https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/DET162/Session%201/Can%20you%20say%20what%20your%20strategy%20is.pdf>

Kompendium:

Haug, Astrid, *Sig du kan li' mig*, Gyldendal Business, 11 sider (173-184)

Grundbog:

Jørnø Leth, Marianne og Karin Sloth (2019). *Strategisk kommunikation i en ustyrlig tid*, Samfundslitteratur, 110 sider (side 88-198).

Modul 3: Issue management og krisekommunikation.

Issue management og krisekommunikation er begreber, der ofte bruges i flæng, skønt det er to forskellige kommunikationsindsatser - omend de er fagligt beslægtede. En kommunikatør kan bruge sin fulde arbejdstid på enten det ene eller det andet. Vi forsøger at holde hovedet koldt og i løbet af dagen få et overblik over alle de issues og kriser, der kan påvirke organisationen, organisationens brand og ikke mindst omdømmet samt den løbende kommunikation. Og som derfor stiller store krav til lederen om bevare det strategiske overblik og beslutningskraft. Underviser vil præsentere en huskemodel - *@Skovflåtmodellen* - til at bevare overblikket.

Kompendium:

Johansen; Winnie, Finn Frandsen (2010). *Krisekommunikation - Når virksomhedens image og omdømme er truet*, Samfundslitteratur, 50 sider.

19-23, 63-65, 69-74, 113-115, 118-142,, 146-155, 159-167.

Kompendium:

Coombs, W. Timothy (2007). *Ongoing crisis communication; planning, managing, and responding*, chapter 8 , 24 sider (127-150). Crisis response. London: Sage.

Online/www:

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Konkurrencerådets afgørelse den 30. januar 2019 om: *Falcks ekskluderende misbrugsadfærd på det danske marked for ambulancetjenester*, Journal nr. 18/04542, 24 sider (30-57).

<https://www.kfst.dk/media/53743/010219-konkurrenceraadets-afggoerelse-af-falck.pdf>

Kompendium

Nebel, Trine (2017), *Tillid hænger ikke på træerne*, (Ajour)/Samfundslitteratur, Fase 1 + 3: Lytte + Styre, 15 sider (37-48 + 63-80).

Online/www:

Thielke, Katrine & Nana Gaardboe Dall, *Når tasterne taler - Konfliktåndtering på sociale medier*, (Ajour)Samfundslitteratur, 2018, 30 sider (11-41) - PDF lægges på E-klasserummet.

Online/www:

Radius Kommunikations troværdighedsanalyser fra 2018 + 2019, samlet 10 sider
2018 -

<https://radiuscph.dk/wp-content/uploads/2018/08/Trovaerdighedsanalysen.pdf>

2019 -

<http://radiuscph.dk/wp-content/uploads/2019/08/trovaerdighedsanalysen.pdf>

Online/www:

Edelman trust barometer, 2019, *In brands we trust*, executive summary, 9 sider:

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-07/2019_edelman_trust_barometer_special_report_in_brands_we_trust_executive_summary.pdf

Modul 4: Ekstern kommunikation, branding og storytelling.

Dette seminars pensum er mestendels på engelsk og derfor er mængden af sider vi læser, reduceret en smule. Seminar 4 og 5 har som formål at lederen kan skelne mellem, hvad der er intern kommunikation, og hvad der er ekstern kommunikation.

Fra seminar 3 ved vi, at begge dele er lige vigtige i strategisk kommunikation, og der skal være overensstemmelse, selvom der er tale om to forskellige kommunikationsindsatser.

Vi starter med den eksterne strategiske kommunikation som (måske for) ofte prioriteres som vigtigere end intern kommunikation. Storytelling hører fx hjemme begge steder. Seminaret gennemgår også de ulemper alverdens andre kommunikationsformer end ansigt-til-ansigt-metoden kan føre med sig. Lederen står sig bedst ved at kende (til) alle disse strategiske opmærksomhedspunkter, og dagen giver os et billede af vigtigheden og ikke mindst den strategiske værdi ved 'det lange seje træk'; antitesen til den ellers så eftertragtede og hurtige 'det-fikser-vi-lige-med-noget-kommunikation' løsning.

Bemærk at den store PDF-fil fra Dr. Nick Morgans nye bog "Can you hear me", er pensum, men oploades primo 2020 til *Blackboard*, vores E-klasseværelse. Både Morgan og Ganz har deres akademiske rødder på Harvard.

Marshall Ganz er en ældre akademisk herre, hvis *framework* var uvurderlig i navnlig Obamas første 'Yes we can'-præsidentkampagne. Ham kan I roligt google og se lidt videoer med. Det er tørt, men på den hyggelige måde, hvor man kan drikke kaffe, mens man ser en forelæsning på YouTube.

Online/www:

Morgan, Nick, (2018), *Is-storytelling-important?*, Publicwords.com, 8 sider
<https://publicwords.com/2018/02/22/is-storytelling-important/> + øvrige artikler på hjemmesiden om storytelling. Skriv 'storytelling' i søgefeltet på PublicWords.com

Online/www:

Morgan, Nick, (2018), *Can You Hear Me? - How to connect with people in a virtual world*, Harvard Business Review Press, 2018, 50 sider (1-22 + 27-63).

Online/www:

Ganz, Marshall, 2013, *Public Narrative, Story of self, us and now*, Harvard.edu, arbejdspapir, 8 sider:
<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/30760283/Public-Narrative-Worksheet-Fall-2013-.pdf>

Online/www:

Ganz, Marshall, 2013, *Public Narrative Participant Guide*, Harvard.edu, arbejdspapir til gruppeøvelser og Story of Self, 5 sider:
<https://www.ndi.org/sites/default/files/Public%20Narrative%20Participant%20Guide.pdf>

Online/www:

Hanks, Tom, 2015, *I Owe It All to Community College*, The New York Times, opinionsindlæg til udfindelse af Self, Us, Now, 3 sider:

<https://www.nytimes.com/2015/01/14/opinion/tom-hanks-on-his-two-years-at-chabot-college.htm>

Kompendium

Nebel, Trine (2017), *Tillid hænger ikke på træerne*, (Ajour)/Samfundslitteratur, Fase 5: Passionsfortællinger, 10 sider (91-104)

Modul 5: Intern kommunikation, værdier, (politisk) adfærd og mundtlighed.

Sidst men ikke mindst, når vi på 5. seminar til organisationens interne kommunikation - navnlig i politisk styrede organisationer som kendetegner mange offentlige arbejdspladser. En god kommunikationsstrategi har i høj grad fokus på den interne kommunikation, herunder hvilke værdier og hvilken adfærd, der skal til, før den strategiske kommunikation kan nå sit mål. Vi kommer også rundt om lederens talte ord, og hvordan mundtlighed er ekstremt afgørende for den personlige og strategiske gennemslagskraft. Vores fag; strategisk kommunikation, har ikke som fagligt mål at træne det talte ord, men mundtlighed betyder alverden i en leders interne kommunikation, hvorfor vi også bruger lidt af dagen på denne vigtige kommunikationsform.

Dagen suppleres med besøg af Jesper Claus Larsen, der er tidligere *pol/ster* for Socialdemokraterne, og nu er ansvarlig for Insights & Behaviour hos Primetime kommunikation. Jesper Claus Larsen vil holde et oplæg for os om at måle på adfærd og effekt af den strategiske kommunikation - gøre os klogere på, hvordan vi ved om kommunikationen virker.

Kompendium:

Lippert, Søren (2016). *Bag Magten: Om politisk kommunikation*. Akademisk Forlag, Kapitel 4, sammenfatning: At vinde magten, 12 sider (69-77).

Kompendium:

Hein, Helle Hedegaard (2018), *Ledetråde - meningsskabende værdiledelse*, Djøf Forlag, 48 sider (15-33, 59-65, 69-85, 117-143 (fire øv. linjer), 165-182).

Online/www:

Münster, Morten, Lederweb, 2018, *Jytte fra marketing - ledelse i dag*, E-artikel, 8 sider

<https://www.lederne.dk/ledelse-i-dag/ny-viden/2018/ledelse-i-dag-september-2018/maanedens-e-bog>

Online/www:

Münster, Morten, *De tre barrierer der dødsdømmer din forandring på dag 1*, mortenmunster.com, 6 sider

<https://mortenmunster.com/de-tre-barrierer-der-doedsdoemmer-din-forandring-paa-dag-1/>

Münster, Morten, 2018, *Fra corporate bullshit til konkret adfærd*, mortenmunster.com - en arbejdsbog, 10 sider - PDF lægges på E-klasserummet.

https://mortenmunster.com/wp-content/uploads/fra-corporate-bullshit-til-konkret-adfaerd_workbook.pdf

kompedium:

Mouton, Nico (2014). *Kan man tale sig til en ny organisationskultur?* Kapitel i: Gabrielsen J. & Møller (2014): *Taler, der leder, ledere der taler*, kapitel 9 København: Frydenlund Academic, 23 sider (129-151).

Kompedium:

Madsen, Kristian (2010), *Skriv gode taler*, kapitel 2: *Talen som strategisk kommunikation*, Gyldendal Business, 8 sider (29-38)

Online/www:

Larsen, Jesper Claus & Sune Steffen Hansen, 2019, *Hvad er danskernes kerneværdier*, Pollster - en faktabaseret podcast om politik, SoundCloud, audiofil, 45 minutters lytning.

Mange hilsner og endnu engang velkommen til faget strategisk kommunikation.

Jeg glæder mig til at møde jer!

Bedste hilsner fra Trine Nebel

tnebel@journalism.sdu.dk