



Utbildningsplan

för

Grafiska projektledarprogrammet (GI)
Graphic Management Program (GI)

120.0 Högskolepoäng
120.0 ECTS credits

Programkod:	SGPLH
Gäller från:	HT 2007
Fastställd:	2007-03-08
Värdinstitution:	Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Denna utbildningsplan är upprättad av Institutionen för reklam och PR och fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden på Stockholms universitet.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Förutom grundläggande behörighet för universitet och högskola krävs minst ett års yrkesverksamhet/praktik från medie- eller grafisk industri och därmed jämförlig verksamhet. Alla sökande med allmän och särskild behörighet rangordnas och antas efter ett meritvärderingssystem som fastställs av institutionsstyrelsen.

Programmets uppläggning

Vidareutbildning för yrkesverksamma inom kommunikations- och informationsproducerande verksamheter som önskar gå vidare till högre positioner. Programmet är 2-årigt och omfattar teoretiska och tillämpade studier. Teori- och metodkunskaper integreras löpande genom fallstudier, problemlösning och projektarbeten. De senare vävs samman med gruppdynamiska övningar och träning i ledarskap.

Mål

Kunskap och förståelse.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa på bredd och djup i förståelse av aktuell vetenskaplig teoribildning inom huvudområdet för utbildningen,
visa på bredd i metodkunskaper inom huvudområdet.

Färdighet och förmåga.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa förmåga att kritiskt analysera och systematiskt integrera teoretiska kunskaper i syfte att identifiera, definiera och lösa problem,
visa förmåga att kreativt, analytiskt och kritiskt undersöka, analysera och utvärdera insatser och aktiviteter i mediekommunikation,
visa förmåga till att samordna och leda en organisations olika aktiviteter och insatser i mediekommunikation, både strategiskt, taktiskt och praktiskt,
visa förmåga att organisera och leda utvecklings- och förändringsarbete i mediekommunikation,

Värderingsförmåga och förhållningssätt.

Efter avslutad utbildning skall studenten visa förmåga att analysera och redogöra för människors, företags och organisationers ansvar för hållbar kommunikation,

visa förmåga att utveckla, planera och samordna insatser och aktiviteter i mediekommunikation med hänsyn till etiska, juridiska och ekonomiska regelverk och ramar,
visa förmåga att analysera och bedöma etiska, juridiska och ekonomiska konsekvenser av insatser och aktiviteter i mediekommunikation,
visa förmåga att självständigt identifiera sin egen kunskaps- och kompetensutveckling.

Kurser

Programmet omfattar följande kurser och delmoment:

Marknadskommunikation och design, 30 hp

- ☐ Kultur, kommunikation och påverkan, 7,5 hp
- ☐ Konsumentbeteende, 7,5 hp
- ☐ Ekonomi och marknadsföring, 7,5 hp
- ☐ Interaktiv copy och design, 7,5 hp

Grafisk design och produktion, 30 hp

- ☐ Grafisk design, 7,5 hp
- ☐ Grafiskt designprojekt, 7,5 hp
- ☐ Prepress, 7,5 hp
- ☐ Tryckproduktion, 7,5 hp

Reklamkommunikation och design, 30 hp

- ☐ Reklamdesign, 7,5 hp
- ☐ Design för digitala medier, 7,5 hp
- ☐ Medieprojekt, 7,5 hp
- ☐ Ledarskap, 7,5 hp

Integrerad kommunikation och design, 30 hp

- ☐ Uppdragsprojekt, 15 hp
- ☐ Uppsats, 15 hp

Examen

Med ytterligare 60 poäng inom andra huvudområden leder programmet till filosofie kandidatexamen i reklam och PR