



OPNI HÁSKÓLINN  
Í HÁSKÓLANUM Í REYKJAVÍK

## MARKAÐSSAMSKIPTI OG ALMANNATENGLS

Opni háskólinn býður í þriðja sinn hagnýtt nám í **markaðssamskiptum og almannatengslum**, nám samhliða vinnu á haustönn 2011. Námið miðar að því að dýpka skilning nemenda og efla faglega þekkingu á viðfangsefninu. Við leggjum okkur fram við að bjóða stöðugt upp á nýjustu nálgun kennsluefnisins með öfluglu fagráði og leiðbeinendum sem eru meðal þeirra færustu héraendis á sínu sviði.

Námið er fjölbreytt og lifandi og samanstendur af sjö hagnýtum námskeiðum sem miða öll að því að dýpka skilning nemenda og efla faglega þekkingu á viðfangsefninu.

Námið sameinar hin ýmsu svið innan auglýsinga-, markaðs- og sölugeirans og er því afar hagnýtt. Í lok náms ættu nemendur að kunna skil á grunnhugtökum markaðsfræðinnar, þekkja þankagang neytenda, hafa byggt upp færni til að koma fram í viðtölum í útvarpi og sjónvarpi og þekkja helstu verkefni almannatengla. Nemendur ættu að þekkja skilvirk samskipti auglýsingastofa og markaðsdeilda og geta sett upp markaðssamskiptaherferðir svo fátt eitt sé nefnt.

Lögð er áhersla á öflug tengsl við atvinnulífið, raunhæf verkefni og virkni nemenda. Nemendur geta nýtt það sem þeir læra beint í störfum sínum og hafa tækifæri til að mynda öflugt tengslanet við samnemendur sína og kennara. Opni háskólinn býður skemmtilegt og lifandi umhverfi til náms þar sem kennsla fer fram í Háskólanum í Reykjavík við Nauthólsvík.

Að náminu standa sérfræðingar við Háskólann í Reykjavík í samstarfi við Almennatengslafélag Íslands, ÍMARK og Samband íslenskra auglýsingastofa. Við skipulag námsins er horft til fremstu háskóla Evrópu á þessu sviði auk þess sem leiðbeinendur búa yfir víðtækri reynslu hver í sínu fagi. Náminu lýkur með markaðssamskiptaherferð þar sem nemendur nýta þá þekkingu sem þeir hafa aflað sér til þess að vinna raunhæfa markaðssamskiptaáætlun fyrir íslenskt fyrirtæki.



### **Námskeiðslýsingar og námsskipulag:**

#### **Námsskipulag**

Námið er til eins árs og samanstendur af sjö námskeiðum. Kennt er í einni þriggja vikna lotu og sex sex vikna lotum, hverri lotu lýkur með verkefni eða prófi. Námið hefst haustið 2011 og lýkur í júní 2012.

#### **Haustönn 2011**

Markaðsfræði

Sálfræði markaðssamskipta

Samskiptahæfileikar

#### **Vorönn 2012**

Samhæfð markaðssamskipti

Nýmiðlun

Almannatengsl

#### **Sumarönn 2012**

Markaðssamskiptaherferð

Kennt er tvisvar í viku, á miðvikudögum kl. 17:00-20:00 og laugardögum kl. 9:00-13:00. Gera má ráð fyrir um 20-25 klst. í heimavinnu á viku fyrir utan prófundirbúning.

#### **Fagráð**

Í fagráði námsbrautar markaðssamskiptum og almannatengslum sitja:

- Árni Árnason MA í markaðssamskiptum, stundakennari í viðskiptadeild HR og vörumerkjastjóri hjá Vífilfelli
- Andrés Jónsson, formaður Almannatengslafélags Íslands
- Ninja Ómarsdóttir, framkvæmdastjóri ÍMARK
- Salóme Guðmundsdóttir, forstöðumaður FagMenntar hjá Opna háskólanum er starfsmaður fagráðs
- Bryndís Bjarnadóttir, verkefnastjóri hjá Opna háskólanum er starfsmaður fagráðs

#### **Verð og greiðslutilhögun**

Námsbraut í markaðssamskiptum og almannatengslum kostar kr. 450.000,-

Þegar nemendur hafa fengið inngöngu í námið eru sendir út greiðsluseðlar til þátttakenda. Einnig bjóðum við upp á raðgreiðslur á kreditkortum. Ef óskað er eftir raðgreiðslu þarf greiðandi að hafa samband við fjármálasvið Háskólans í Reykjavík við Menntaveg 1 í Nauthólsvík í síma 599 6200 eftir að reikningur hefur verið gefinn út. Ath. ekki er hægt að fá námsgjald fellt niður eftir að nám er hafið.

*\* Athugið að námskeiðslýsingar eru birtar með fyrirvara um breytingar.*



## Markaðsfræði

**Lengd:** 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Farið er í gegnum grunnþætti markaðsfræðinnar og byggt á nokkrum meginþáttum í bók Kotler og Keller: Að skilja grunnþætti markaðsstarfs, greina markaðsumhverfið, þekkja neytendur, byggja og viðhalda sterkum vörumerkjum, setja saman tilboð til viðskiptavina og koma þeim tilboðum til skila. Í lok námskeiðsins eiga nemendur að hafa öðlast skilning á mikilvægi markaðsstarfs í daglegri starfsemi fyrirtækja og hafa næga innsýn til að móta og framfylgja markaðsáætlun

### Hæfnimarkmið

Að nemendur:

- Öðlist skilning og þekkingu á grunnþáttum markaðsfræðinnar.
- Þekki fjölbreytta snertifleti markaðsfræðinnar í nútíma samfélagi.
- Þekki og skilji mikilvægi og hlutverk markaðsfræðinnar í rekstri fyrirtækja.
- Geti undirbúið og sett saman raunhæfa markaðsáætlun með aðstoð fræðanna.
- Þrói með sér hagnýta þekkingu á markaðsfræðum.

### Námsmat

Lokapróf

### Kennsluáðferðir

Fyrirlestrar og umræður byggt á kennslubókinni til að skýra fræðileg hugtök og svara spurningum frá nemendum. Hópverkefni mun auka raunhæfa nálgun námskeiðsins varðandi skipulagningu markaðsstarfs. Til að auka enn frekar á raunhæfa nálgun verða gestakennarar fengnir til að ræða ákveðin atriði sem þeim tengjast.

### Lesefni

*Marketing Management*

Höfundur: Kotler, Philip og Keller, Kevin

Útgáfuár: 2009, 14. útgáfa

Útgefandi: McGraw-Hill.

### Kennari

Ásmundur Helgason, viðskiptafræðingur MBA, framkvæmdastjóri Dynamo auglýsingastofu

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Sálfræði markaðssamskipta

**Lengd:** 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Hér er farið í markaðssamskipti út frá sálrænum áhrifum á neytendur, neytendahegðun meðal annars skoðuð í þaula. Skoðaðar eru kenningar um sannfæringu og áhrif sem markaðssamskipti geta haft á neytendur. Hvernig breytingar og samræmi í hegðun neytenda eiga sér stað og hvernig viðhorf og gildi hafa áhrif á markaðssamskipti og öfugt. Skilningur á þessum atriðum er einmitt lykilatriði í áhrifaríkum markaðssamskiptum.

### Hæfnimarkmið

- Þekki helstu ferli markaðssamskipta og skilji tilgang þeirra.
- Að nemendur læri að nota neytendasálfræði sem grunn markaðssamskipta sem byggð eru á rannsóknum og öðrum gögnum.
- Þjálfun í að nota markaðssamskiptalíkön til að greina samskipti skipulagsheildar og neytenda.
- Læra hvernig mismunandi fyrirtæki (stór og smá) geta staðið að árangurríkum markaðssamskiptum.

### Námsmat

Lokapróf 50%

Hópverkefni 40%

Einstaklingsverkefni 10%

### Kennsluaðferðir

Kennsla verður í formi fyrirlestra, verkefnavinnu og umræðna.

### Lesefni

*Consumer behavior & marketing strategy.*

Höfundur: Peter, J. P., og Olson, J. C.

Útgáfuár: 2008, 8. útgáfa

Útgefandi: Boston: McGraw-Hill.

*Leiðbeinandi mun einnig benda á greinar til stuðnings (t.d. frá Journal of Advertising)*

### Kennari

Árni Árnason, M.A. í Markaðssamskiptum, vörumerkjastjóri hjá Vífilfelli og stundakennari við HR.

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Samskiptahæfileikar

**Lengd:** 3 vikur

### Námskeiðslýsing

Nemendur æfa grunnatriði framkomu. Farið er í líkamstjáningu, útgeislun, raddbeitingu og framsögn. Kennd er textaupbygging fyrir fyrirlestra, greinar og fréttatilkynningar. Nemendur fá æfingu í ræðuflutningi og kynningum auk þess sem farið verður í samskipti við fjölmiðla og framkomu í sjónvarpi, útvarpi, fréttum og viðtalsþáttum með æfingum fyrir framan upptökuvél.

### Hæfnimarkmið

Að námskeiðinu loknu er stefnt að því að nemendur:

- Séu færir um að koma fram og tjá sig fyrir framan hóp.
- Hafi færni í að koma fram fyrir eigin hönd eða hönd fyrirtækis við hin ýmsu tilefni í fjölmiðlum.

### Námsmat

Mæting og verkefni í tíma

### Kennsluaðferðir

Kennsla verður í formi fyrirlestra, verkefnavinnu, æfinga fyrir framan myndavél, umræðna og kynningar

### Lesefni

Námsefni dreift af kennara

### Kennari

María Ellingsen, B.A. í leiklist frá New York Háskóla, leikstjóri og fjölmiðlakona

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Samhæfð markaðssamskipti

Lengd: 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Farið er skipulega í grunnatriði samhæfðra markaðssamskipta, helstu kynningarleiðir, s.s. auglýsingar, beina markaðssetningu, almannatengsl o.fl. og hvernig þessar leiðir eiga að vinna saman til að hámarka árangur kynningarstarfs.

### Hæfnimarkmið

Að nemendur:

- Þekki og skilji feril áætlanagerðar markaðssamskipta.
- Þekki og skilji helstu þætti samhæfðra markaðssamskipta.
- Geti búið til undirbúningsskjal (creative brief) markaðssamskiptaáætlunar.
- Geti undirbúið og búið til samhæfða markaðssamskiptaáætlun.
- Geti rökstutt markaðslegar ákvarðanir með notkun fræðanna.
- Þrói praktíska þekkingu á markaðssamskiptum.

### Námsmat

Lokapróf 60%

Skilaverkefni (tvö) 40%

### Kennsluaðferðir

Kennsla verður í formi fyrirlestra, verkefnavinnu og umræðna auk þess sem gestafyrirlesarar verða fengnir að námskeiðinu.

### Lesefni

*Advertising and promotion: an integrated marketing*

Höfundur: Belch, George E. & Belch, Michael A

Útgáfu ár: 2009

Útgefandi: McGraw-Hill.

### Kennari

Árni Árnason, M.A. í Markaðssamskiptum, vörumerkjastjóri hjá Vífilfelli og stundakennari við HR.

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Nýmiðlun

**Lengd:** 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Í námskeiðinu er skoðað helstu ástæður þess að markaðsfólk er í auknu mæli farið að snúa sér að Internetinu sem markaðstæki. Farið er í grunnhugtök tengd markaðssetningu á Internetinu, s.s. stefnumótun (strategy) og árangursríkrar uppbyggingu vefsíðna og vefstjórnun (implementation and practice). Farið er vandlega í gegnum helstu leiðir og nýjungar sem eru boði á þessum vettvangi s.s. markaðssetning á leitarvélum (SEO), vefborðar, rafræn fréttabréf, markaðssetning á samfélagsvefjum ásamt því hvernig á að meta og mæla árangur í markaðsstarfi á netinu.

### Hæfnimarkmið

Að námskeiði loknu er stefnt að því að nemar:

- Þekki helstu leiðir í innleiðingu og uppbyggingu vefsíðna
- Þekki helstu leiðir í markaðssetningu á Internetinu
- Öðlist þjálfun í að nota og veita ráðgjöf í notkun Internetsins í markaðsstarfi

### Námsmat

Tvö einstaklingsverkefni sem gilda 50 % hvor.

### Kennsluaðferðir

Kennsla verður í formi fyrirlestra, verkefnavinnu og umræðna auk þess sem gestafyrirlesarar verða fengnir að námskeiðinu.

### Lesefni

Internet Marketing – *Strategy, Implementation and Practice.*

*Höf: Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Kevin Johnston & Richard Mayer.*

*Útgáfuár: 2009.*

Greinar og annað ítarefni eftir því sem við á.

### Kennari

Gunnar Thorberg Sigurðsson, BSc Viðskiptafræði, MSc Management of eBusiness.

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Almannatengsl, grunnreglur og stoðir

**Lengd:** 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Farið verður yfir hlutverk almannatengsla, mismunandi skilgreiningar á faginu og hvernig það hefur þróast sem starfsgrein. Skoðað verður hvernig starfsgreinin er staðsett innan fyrirtækja, hvar hún virkar best og hvernig hún vinnur samhliða markaðsmálum. Starf almannatengla, hvað þeir gera og hvernig (strategies), það fjölmiðlaumhverfi sem þeir starfa í og samband þeirra við fjölmiðla verður skoðað. Unnin verða hagnýt verkefni, heildstæð samskiptaáætlun búin til út frá því sem við höfum kynnst í bókinni; fáum heimsókn frá gestafyrirlesurum s.s. frá fjölmiðli, almannatengslafyrirtæki og fyrirtæki út í bæ. Vonast er til að í gegnum námskeiðið öðlist nemendur þekkingu til að mynda sínar eigin skoðanir á starfinu/faginu og finni hvernig það getur best nýst í þeirra starfi.

### Hæfnimarkmið

Markmið námskeiðsins er að nemendur öðlist hagnýtan skilning á almannatengslum og með hvaða hætti þau eru stunduð í samfélaginu, innan fyrirtækja, hjá hinu opinbera, félagasamtökum og ráðgjafafyrirtækjum. Markmiðið er að námskeiðið nýtist vel í atvinnulífinu og því verða lögð hagnýt verkefni fyrir nemendur og gestafyrirlesarar koma í heimsókn.

### Námsmat

Hópverkefni: 30%

Einstaklingsverkefni: 70%

### Kennsluaðferðir

Kennsla verður í formi fyrirlestra, verkefnavinnu og umræðna auk þess sem gestafyrirlesarar verða fengnir að námskeiðinu.

### Lesefni

Valdir kaflar úr **Exploring Public Relations** (Ralph Tench, Liz Yeoman, Second edition 2009), greinar og annað ítarefni eftir því sem við á

### Kennari

Aðalbjörg Kristín Jóhannsdóttir, BEd, MSc Public Relations.

Samskiptastjóri NASDAQ OMX Iceland (Kauphöllin)

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Markaðssamskiptaherferð

**Lengd:** 6 vikur

### Námskeiðslýsing

Nemendur vinna saman í litlum hópum að raunhæfu verkefni fyrir fyrirtæki eða vörumerki. Allir hópar vinna fyrir sama fyrirtæki og keppast að því að fá viðkomandi fyrirtæki í viðskipti við sig. Um er að ræða heildstæða markaðssamskiptaáætlun sem tekur á öllum markaðssamskiptaþörfum viðkomandi fyrirtækis eða vörumerkis. Verkefnið er unnið yfir nokkurra vikna tímabil. Hóparnir hitta leiðbeinanda reglulega á tímabilinu, kynna framgang verkefnisins og fá persónulega endurgjöf. Námskeiðinu lýkur svo með kynningu verkefnis fyrir leiðbeinendum og fulltrúum fyrirtækisins.

Auk þessa verða fyrirlestrar og vinnustofur þar sem nemendur kynnast aðferðum við gerð birtingaáætlana, bæði á fræðilegan og praktískan máta. Farið verður sérstaklega í samskipti viðskiptavina og auglýsingastofa/birthingahúsa, hvað ber að hafa í huga og hvað ber að forðast. Nýting kynningarfjármagns verður tekin sérstaklega fyrir.

### Hæfnimarkmið

Að nemendur

- Séu færir um að vinna raunverulega markaðssamskiptaáætlun frá grunni.
- Geti móttekið verkbeiðni og skilað vinnu í samræmi við væntingar.
- Geti nýtt fræðilega þekkingu í raunverulegum aðstæðum.
- Séu færir um að greina stöðu fyrirtækis og þarfir þess í markaðssamskiptum.
- Öðlist reynslu í að kynna verk sín með markmið um sölu í huga.
- Geti sett upp raunhæfa birtingaráætlun.
- Öðlist færni í að nýta kynningarfjármagn til hins ýtrasta.
- Séu undir það búnir að eiga góð og árangursrík samskipti við auglýsingastofu/birthingahús eða viðskiptavin.

### Námsmat

Lokaverkefni 100%

### Kennsluaðferðir

Fyrirlestrar, leiðbeining frá kennara og raunhæf verkefnavinna.

### Lesefni

Efni dreift af kennara.

### Kennari

Árni Árnason, MA Marketing Communications, vörumerkjastjóri hjá Vífilfelli og stundakennari við HR.

*\*Ath. birt með fyrirvara um breytingar*



## Náms- og prófareglur

Nemendum er bent á að kynna sér reglur Háskólans í Reykjavík varðandi náms- og prófareglur. En hér fyrir neðan eru nokkrir punktar sem gott er að vita við upphaf náms.

- Haldið er eitt lokapróf í hverju námskeiði fyrir sig, en þar að auki er boðið uppá eitt sjúkra- og endurtektarpróf.
- Nemandi, sem ekki mætir til prófs vegna veikinda, skal tilkynna forföll til verkefnastjóra námsins áður en próf hefst. Læknisvottorði skal skila til verkefnastjóra eigi síðar en þremur virkum dögum eftir að próf var haldið. Aðeins þeir nemendur sem mættu í lokapróf eða tilkynntu veikindi eiga rétt á endurtektar- eða sjúkraprófi.
- Til þess að standast námskeið þarf nemandi að fá 5 í einkunn á lokaprófi.
- Skráning í endurtektar- og sjúkrapróf fer fram eftir að úrslit prófa liggja fyrir
- Prófgjald fyrir endurtektarpróf er 10.500 kr.
- Nemandi á rétt á að fá útskýringar kennara á mati skriflegrar úrlausnar sinnar ef hann æskir þess. Prófsýningar verða haldnar óski nemendur eftir því.
- Mæti nemandi í próf meira en einni klukkustund eftir að það hefst fær hann ekki að þreyta prófið.
- Meðan á prófi stendur yfir skal nemandi hafa gild persónuskilríki aðgengileg fyrir prófverði.

Nemendur geta kynnt sér náms- og prófareglur Háskólans í Reykjavík hér:

<http://www.ru.is/haskolinn/nams--og-profareglur/>

Einnig eru nemendur beðnir um að kynna sér siðareglur Háskólans í Reykjavík:

<http://www.ru.is/haskolinn/sidareglur-hr/>