



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2004/2005

INS 2403 Public Relations Campaign Strategies

Studium

Bachelorstudiet i Informasjon og samfunnskontakt (3. år)

Kursansvarlig

Peggy S Brønn

Institutt

Kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

15

Dette kurset i Public Relations vil studentene kunne bygge på og anvende akademisk og kreativ kunnskap som de har tilegnet seg gjennom utdanningen ved NMH. Gjennom kurset skal studentene utvikle en omfattende kommunikasjonskampanje for en klient, samt lage en formell presentasjon rettet mot ledergruppen hos klienten. Studentene skal lære hvordan kommunikasjon skal integreres i forbindelse med kampanjeplanlegging.

Mål

Kurset skal lære studentene praktisk anvendelse av analyse, tilpasning og evaluering av en kommunikasjonskampanje som er utføret enten for å informere, påvirke holdninger eller for å oppnå en ønsket adferd. De vil lære hvordan man foretar analyse, setter mål, bygger opp en kommunikasjonsplan og evaluere resultatet. Videre vil studentene lære hvordan en kommunikasjonskampanje skal presenteres for en klient både muntlig og skriftlig.

Forkunnskaper

Studentene bør ha gjennomført andre år av Bachelorstudiet i informasjon og samfunnskontakt eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Kendall, R. 1997. *Public relations campaign strategies : planning for implementation* . 2nd ed. New York : Longman.

Sayre, S. 2001. *Campaign planner for promotion and integrated marketing communications*. Cinn., Ohio : South Western College.

Artikkelsamling.

Anbefalt litteratur

Ingen.

Emneoversikt

- Oversikt på studier av Public Relations frem til i dag
- Introduksjon til kampanjestategier for Public Relations
- Typer av kampanjer
 - Offentlige kommunikasjonskampanjer
 - Temakampanjer
 - Markedsføring og reklamekampanjer
 - Internasjonale kampanjer
 - Opplysningskampanjer
- Forundersøkelser for Kampanjeplanlegging
- Definerings av hovedstegene for hvordan forundersøkelser gjennomføres
- Oppbygging av kampanjeplan
 - Tilpassingsfase
 - Implementeringsstrategi
 - Evaluering
- Presentasjon og implementering av planen
 - Forberedelse av presentasjonen
 - Gjennomføring av planen

Dataverktøy

Studentene må ha basiskunnskaper i Microsoft Office programmer. De må også kunne bruke internet til forundersøkelser.

Gjennomføring

Første del av kurset gjennomføres om høsten og introduserer studentene for 4-trinns prosessen ved utvikling av kampanjestrategier, herunder også drøfting av mange ulike kampanjer. For å illustrere noen kampanjer vil gjesteforelesere fra eksterne bedrifter bli brukt. I andre halvdel av kurset, som foregår om våren, skal klassen deles inn i grupper på 4-5 studenter som skal fungere som byråer. Antallet byråer vil avhenge av klassestørrelsen. Byråene skal utvikle strategiske kommunikasjonskampanjer for utvalgte organisasjoner, spesielle saker eller formål etc. Foreleser vil fungere som rådgiver for de ulike byråene. Klassedeltagelse er påkrevet og studenter som ikke deltar vil få minus for dette i forbindelse med evalueringen.

Basert på en konkurranse vil foreleser plukke ut noen studenter som skal fungere som et hovedbyrå, hvor de øvrige studentene på bakgrunn av sin innsats i kurset må søke om å bli ansatt.

INS 2403 gjennomføres over to semestre og er organisert med to undervisningskurs:

- INS 2404 Public Relations Campaign Strategies del 1 - høst
- INS 2405 Public Relations Campaign Strategies del 2 - vårt

Eksamen

A final grade will be given upon completion of the entire course.

Part 1 - A written 3-hour pass/fail exam will be given at the end of the first semester.

Part 2 - Individual written group progress reports of 2-4 pages over the 2 semesters based on the students' plan book, including ability to meet deadlines - 20% (the number of progress reports and the delivery dates will be determined by the lecturer underway)

Part 3 - 2-3 page written group peer evaluation -- based on quality of own comments and comments from peers -- to be delivered at the end of the course - 10%;

Part 4 - Final group campaign project, including written report (50%) and presentation to the client (20%). Students can work in groups of up to 5.

Each section being graded will be given a certain number of points corresponding to the percentage weight. Accumulated points will determine the grade for the course.

Eksamenskode(r)

INS 24031 Public Relations Campaign Strategies, Prosessevaluering teller 100% frem til fullført og bestått kurs INS 2403, 15 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Power point.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.