



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2005/2006

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 BI. 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

Bøker:

Sayre, S.. 2004. Campaign planner for integrated brand communications. 3rd ed.. Cincinnati, Ohio: South Western publ.

Smith, R. D.. 2005. Strategic planning for public relations. 2nd ed.. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates

Annet:

Artikkelkompendium tilgjengelig på Blackboard

Anbefalt litteratur

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
- Definering 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 med 36 timer og introduserer studentene for prosessen ved utvikling av kampanjestrategier, herunder også drøfting av mange ulike kampanjer. For å illustrere noen kampanjer vil gjesteforelesere fra eksterne bedrifter bli brukt. Deler av undervisningen vil ta for seg relevante mediahendelser som er relevant for kurset. Studentene forventes å være forberedt til deltagelse i diskusjonene. Studentene i dette kurset bør være fortrolig med den elektroniske nyhetspropaganda, <http://www.propaganda-as.no/>. I andre halvdel av kurset, som gjennomføres med 54 timer om våren, skal klassen fungere som byråer. Byråene skal utvikle strategiske kommunikasjonskampanjer for utvalgte organisasjoner, spesielle saker eller formål etc. Antallet byråer vil avhenge av klassestørrelsen. Studentene vil arbeide i grupper opptil 5 studenter. Foreleser vil fungere som rådgiver for de ulike byråene. Klassedeltagelse vår semester er viktig og studenter som ikke deltar vil få minus for dette i forbindelse med evalueringen.

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 - vår

Eksamen

Karakter i kurset baserer seg på følgende aktiviteter og vekting:

Del 1 høstsemester - En skriftlig 3-timers bestått/ikke bestått eksamen vil bli gjennomført på slutten av semesteret.

Del 2 vårsemester - Prosjektarbeide gjennomføres med bedrift og med følgende evalueringer:

Forskjellige innleveringer	25 % (gruppearbeide)
Tilstedeværelse	15 % (individ pluss peer evaluering)
Muntlig presentasjon	20 % (gruppearbeide og individ)
Skriftlig plan	40 % (gruppearbeide)
Totalt oppnåelige poeng	100 % (gruppe og individ)

Eksamenskode(r)

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

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

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