



## NVH 2601 Mediestrategi for varehandelen

### Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (3. år)

### Kursansvarlig

Cecilie Staude, Tor Bang

### Institutt

Kommunikasjon - kultur og språk

### Semester

Se studieplan for aktuelt studium

### Studiepoeng

6

Siste års avsløringer rundt maktkamper i deler av varehandelen har for alvor satt bransjen i mediernes søkelys. Nyhetsføljetongene om dagligvarehandelen, kjøpesentrene og leverandørene karakteriseres som journalistiske indrefiløter og bransjen er i stor grad blitt en omdømmemessig skyteskive. Nyheter berører folks lommebok og handlevaner, og inneholder klare elementer av maktmisbruk. Uten kjennskap til pressens regler og rutiner - skrevne som uskrevne - står man ofte hjelpeløs i kontakten med journalistene. Riktig valg av mediestrategi er derfor viktigere enn noensinne.

### Mål

Kurset er et grunnleggende innføringskurs i mediestrategi, med særlig relevans til struktur, forberedelser og gjennomføring av kontakt med massemedier. Gjennom kunnskap om nyhetsmediernes troverdighet, påvirkningskraft og utbredelse, skal studentene erfare at strategisk tilnærming er avgjørende for at kommunikasjonsinnsatsen skal styrke posisjon eller salg i et marked. Studentene skal lære å definere og bygge mediestrategier gjennom kunnskap om mediernes arbeidsmetodikk og nyhetsvurdering, samt bli i stand til å bruke avis-, radio- og TV-intervjuet til å kommunisere sitt budskap.

### Forkunnskaper

Ingen særskilte.

### Obligatorisk litteratur

#### Bøker:

Cappelen, A.. 1998. Bruk pressen. 2. utg. Oslo: InfoFokus  
Vinje, Finn-Erik. 2004. Skriveregler. 8. utg. Oslo: Aschehoug  
Østlyngen, T og T. Øvrebø. 1999. Journalistikk: metode og fag. 2. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.. Kap 4, Nyhetsjakt og idearbeid  
Kap. 7, Bruk av skriftlige kilder  
Kap 8, Intervjuet som metode  
Kap 10, Formidling: Å skrive journalistikk

### Anbefalt litteratur

#### Bøker:

Stewart, Sally. 2004. Media training 101 : a guide to meeting the press. Hoboken, N.J. : Wiley

### Emneoversikt

- Varehandelen og massemediene
- Synlighet - Tillitt - Kommunikasjon
- Omdømmebygging og omdømmerisiko
- Mediekontakt som strategisk virkemiddel
- Virkemiddelstrategi, mediestrategi, og budskapsstrategi
- Å benytte eksklusivitetsstrategien
- Kommunikasjonskanaler og kanalvalg
- Hva er en nyhet, og hvordan blir nyheter til?
- Nyhetskriteriene og praktisk anvendelse av disse
- Mediestrategier for krisehåndtering
- Varehandelen og etiske mediemessige problemstillinger
- Intervjusituasjonen - hvordan du kan og bør håndtere henvendelser fra media
- Hvordan formulere og kommunisere ditt budskap
- Hvordan vinne slaget om troverdigheten

**Dataverktøy****Gjennomføring**

Gjennomføres over 36 timer, fordelt på forelesning, individuell oppgaveløsning, gruppearbeid og medietrening med kamera.

**Eksamen**

Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

**Eksamenskode(r)**

NVH 26011 - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset NVH 2601 Mediestrategi for varehandelen, 6 studiepoeng.

**Hjelpemidler til eksamen**

Ingen hjelpemidler er tillatt til eksamen.

**Kontinuasjon**

Kontinuasjonseksamen ved neste ordinære gjennomføring av kurset.