



ELE 3720 Mediehåndtering

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Cecilie Staudé

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Mediedekningen er for mange virksomheter den sterkeste omdømmepåvirkeren. I en verden der mediene setter premissene, hvor tempo, omfang og temperatur har økt hurtig, og hvor journalistikken er blitt mer nærgående og avslørende, overraskes bedrifter, organisasjoner, politikere og andre av virksomheter som tør å risikere sitt omdømme ved å bedrive tilfeldig og uforberedt mediehåndtering. Resultatet blir ofte at man ikke blir forstått eller oppfattet som relevant, troverdig, sannferdig og interessant. Uten kjennskap til pressens regler og rutiner - skrevne som uskrevne - står man ofte hjelpeløs i kontakten med journalistene.

Læringsmål

I kurset skal studentene lære å definere og bygge mediestrategier gjennom kunnskap om medienes arbeidsmetodikk og nyhetsvurdering. Dette innebærer kunnskap og ferdigheter innen følgende hovedområder:

Kunnskapsmål

- Ha grunnleggende kjennskap og forståelse for kommunikasjon som ledelsesansvar
- Ha kjennskap til mulighetene og begrensningene og kompleksiteten i det "nye" medielandskapet, herunder kunnskap om redaksjoners nyhetsvurdering, deres premisser og spilleregler
- Ha kunnskap om metoder og verktøy for å dyrke frem kommunikasjonskonsepter med salgsutløsende og profilerende fokus
- Kunne anvende metoder og teknikker for bedre å takle vanskelige intervjusituasjoner og unngå de vanligste feilene
- Ha kjennskap til kilders rettigheter og Vær Varsom-plakaten

Ferdighetsmål

Etter endt kurs skal studentene kunne anvende tilegnede kunnskaper i kontakten med massemedier.

Dette innebærer ferdigheter knyttet til:

- Være bevisst hvilke krav og forventninger som ligger i rollen som bedriftens talsmann ovenfor media
- Kunne identifisere og utvikle kommunikasjonskonsepter som gir merkevaren ekstra synlighet og troverdighet
- Bidra i produksjon av skreddersydd kommunikasjonsmaterieell tilpasset medienes behov
- Kunne benytte metoder og verktøy i slaget om troverdigheten
- Kunne benytte Vær Varsom-plakaten i forhold til egne rettigheter

Holdningsmål

Etter endt kurs skal studentene kunne stille kritiske spørsmål til og reflektere over betydningen av at kommunikasjon skal bidra til å bygge tillitt og troverdighet i relasjon til omgivelsene

Forkunnskaper

Det er ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bonvik, Øystein ; med Peggy S. Brønn. 2010. Virksomhetens stemme : digital, trykket eller

fremført - tekst som informerer og inspirerer. Gyldendal akademisk
Harr, Erik. 2006. Medielobbyisme : kunsten at sette en dagsorden. Børsen. 168 sider (Denne boken kan kun skaffes fra en Akademia bokhandel eller på www.akademika.no)

Anbefalt litteratur

Bøker:

Apeland, Nils M. 2010. Det gode selskap : omdømmebygging i praksis. 2. utg. Hippocampus. 226

Emneoversikt

- Kommunikasjon, identitet og omdømmebygging
- Mediestruktur og mediekkanaler
- Nyhetsjournalistikkens metoder, kampen for vinkling og kampen mot klokken
- Mediestrategi, målgruppetenkning og budskapsutvikling
- Mediene i krisesituasjoner
- Slik mestrer du intervjuet - proaktiv og reaktiv mediehåndtering
- Retorikkens verktøykasse
- Hvordan vinne sympati og slaget om troverdigheten
- Kilders rettigheter, tilsvar og samtidig imøtegåelse
- Praktisk trening med kamera

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over 36 timer og bygger på teoretisk innføring, praktisk trening og team work. Den praktiske treningen gjennomføres i form av konkrete intervjuøvelser slik at deltagerne får erfaring i å opptre foran kamera, samt å bruke TV-intervjuet for å presentere sitt budskap. Sistnevnte gjennomføres i den forstand at gruppene forholder seg til konkrete problemstillinger og sammen velger budskap og avsender. Med andre ord:

- Undervisningen blir case-/øvingsbasert, i den forstand at mye av teorien bakes inn i selve treningen
- Kollektiv evaluering, i den forstand at vi ser på og evaluerer treningen/intervjuene i fellesskap.

Anbefalt tidsbruk for studentene:

Aktivitet	Tidsbruk
Deltagelse i undervisning	36 timer
Forberedelse til undervisning	80 timer
Oppgaveløsning / evaluering	75 timer
Totalt	200 timer

Ressursbruk

Forelesninger, gruppearbeid og evaluering av intervjuene (Inkluderes i forelesningene) : 36 timer. 9 timer brukes til dobbel foreleser under medietreningen, totalt 45 timer for kurset.

Eksamen

72 timers casebasert hjemmeeksamen som løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter. Hjemmeeksamen teller 100 % av karakteren.

Eksamenskode(r)

ELE 37201 - Hjemmeeksamen, teller 100 % for å oppnå karakter i kurset ELE 3720
Medierelasjoner 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.
<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon

