



PRK 3522 Skrivetrening for PR

Studium

Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (2. år)

Kursansvarlig

Peggy S Brønn

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

For å lykkes som profesjonell PR-utøver må man forstå prinsipper for god skriftlig kommunikasjon. I tillegg må man beherske reportasjer, søk etter informasjon, redigering og produksjon på en overbevisende måte. Som yrkesutøver innen PR må man også ha god forståelse for hvilke ferdigheter som kreves for å kunne samarbeide med og bygge relasjoner til journalister på vegne av egen organisasjon.

I dette kurset undervises i kunsten å skrive overbevisende og troverdig, noe som vil være verdifull kompetanse for alle som søker ansettelse innen PR og kommunikasjon – fra kunst og kultur til politikk. Kurset gir også studentene innsikt i medierelasjoner.

Kurset dekker alle former for skriving i PR-sammenheng i ulike kanaler; inkludert pressemeldinger, offentlige kunngjøringer, forespørsler fra magasiner, tv- og radiointervjuer, notater om medieomtale, medieberedskap, tips og henvendelser til media, portrettintervjuer, pressemeldinger til næringslivs- og fagpressen, nyhetsbrev, bakgrunnsstoff og presentasjoner. Digitale og nye sosiale medier vil også bli tatt opp. Studenter med gode resultater vil kunne dra på jobbintervjuer med vissheten om at de har hatt en yrkesmessig relevant erfaring med alle typer skriving som kreves i en PR-jobb.

Læringsmål

Kunnskapsmål

- Forstå viktigheten av å utarbeide og levere et "PR-budskap"
- Forstå behovet for å planlegge skriving, skrive og skrive om når man skriver oppgaver
- Forstå betydningen av de ulike målgruppene som skriftlig kommunikasjon henvender seg til
- Bli kjent med en rekke verktøy for å skriftlig kommunikasjon - tilstrekkelig for å kunne delta i PR-planlegging på begynnernivå
- Mediekontakt som et taktisk og strategisk verktøy
- Norsk medielandskap

Ferdighetsmål

- Få bedre ferdigheter innen kritisk tenkning etter som man når kunnskapsmålene ovenfor
- Kunne lage en budskapsplan for å organisere skrivingen
- Kunne skrive en effektiv pressemelding på kort varsel
- Kunne skrive en offentlig kunngjøring (PSA – Public Service Announcement)
- Kunne skrive et salgsbrev, og vite hvordan man spisser en historie
- Kunne behandle pressen på en positiv måte på vegne av egen organisasjon

Holdningsmål:

- Forstå de etiske forpliktelsene til en profesjonell PR-skribent
- Forstå de etiske dilemmaene man av og til møter som PR-skribent
- Skjelne mellom de ulike prioriteringene overfor en kunde, redaktør og sluttbrukere/lesere
- Være seg bevisst den viktige rollen PR-skribenter innehar i dagens informasjonsøkonomi

Forkunnskaper

Gjennomført kurset "Introduksjon til PR"

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bonvik, Øystein ; med Peggy S. Brønn. 2010. Virksomhetens stemme : digital, trykket eller fremført - tekst som informerer og inspirerer. Gyldendal akademisk
Kjendsli, Veslemøy. 2008. Rett på sak! : lærebok i praktisk journalistikk. IJ-forlaget

Anbefalt litteratur

Bøker:

Cappelen, Anders W. 2011. Bruk pressen. 3. utg. Kommunikasjonssforlaget. Ny utg skal foreligge i løpet av våren 2011 iflg forlaget
Harr, Erik. 2006. Medielobbyisme : kunsten at sette en dagsorden. Børsen

Emneoversikt

Skriftlig kommunikasjonsroller i en virksomhet

A gi virksomheten en stemme

Utgangspunktet for virksomhetens stemme
Hvem har ansvaret for å gi, utvikle og vedlikeholde virksomhetens stemme?
Gjennomgang av relevante retoriske grep, språkvalg og andre overbevisningsteknikker
Hvordan man skal velge de formatene som passer virksomheten best

Skriftlig mediekontakt og medierelasjoner

Pressemeldingen
Bakgrunnsnotatet
Kronikk, leserinnlegg og tilsvær
E-postkorrespondanse med journalist (det skriftlige intervjuet)
Å klage på redaksjonelt innhold
Å bygge forhold til journalister

Skriftlig kommunikasjon i egne kanaler – interne målgrupper

Internavisen
Intranett
Fellesbrev til ansatte (elektronisk eller på papir)
Oppslag
Internpresentasjon

Skriftlig kommunikasjon i egne kanaler – eksterne målgrupper

Hjemmesider
Kundeaviser
Årsrapporter
Brosjyrer og andre publikasjoner
Virksomhetsannonsering
White papers
Foredrag, innlegg og taler

Direkte oppfølging

Enkeltpersoner, interesseorganisasjoner eller andre opinionsgrupper
Myndighetsorgan, leserinnlegg, bloggkommentarer etc.
Høringsuttalelser

Infrastruktur

Spørsmål og svar, Budskap, Virksomhetsinformasjon, Faktaark
Virksomhetspresentasjon

De spesielle anledningene

Kriser, konflikter, restruktureringer og andre situasjoner som krever spesiell varsomhet i
Børsmeldinger, resultatvarsler

Juss og etikk

Lovverket man må ta høyde for når man skriver
Redaktøransvar og forhold til etiske retningslinjer

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset vil hovedsakelig bestå av forelesninger med vekt på skriveøvelser for studentene. Kurset vil også kunne benytte rollespill som en måte å forstå medierelasjoner på. Studentene forventes å ta med sine egne PC'er (eller Mac'er) til undervisningen.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse på forelesninger	30
Forberedelse til forelesninger	42
Selvstudium / hjemmearbeid - skriveoppgaver	102
Eksamensforberedelse	26
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

Lectures	30
Group/individual work	6
Guidance and feedback	9
Total hours	45

Eksamen

Karakter i kurset baseres på følgende aktiviteter og vekting:

- 1) 60 %: eksempler på skriftlige arbeider levert i en individuell mappe
- 2) 40 %: en tretimers skriftlig eksamen

Begge eksamenselementene må bestås for å bestå kurset.

Eksamenskode(r)

PRK 35221 - Mappevurdering, teller 60 % av endelig karakter i kurset PRK 3522, 7,5 studiepoeng

PRK 35222 - Skriftlig eksamen, teller 40 % av endelig karakter i kurset PRK 3522 7,5 studiepoeng

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt til skriftlig eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon