



PRK 3406 Introduksjon til PR

Studium

Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (1. år)

Kursansvarlig

Peggy S Brønn

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Høst

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk og engelsk

Innledning

PR-/kommunikasjonsmedarbeidere og -ledere spiller en nøkkelrolle for hvordan og om organisasjoner lykkes, og fagområdet utvikler seg stadig som en følge av denne viktige rollen. I dag kalles PR ofte virksomhetskommunikasjon ("corporate communication") eller organisasjonskommunikasjon ("organizational communication"). De ulike begrepene dekker imidlertid et felles mål; å hjelpe organisasjoner med å bygge relasjoner til interessentgruppene sine, inkludert kunder. Introduksjonskurset til PR-faget er planlagt med tanke på å gi en innføring i teorier og praktiske aktiviteter for studenter som ønsker å spesialisere seg i PR/kommunikasjon.

Dette kurset legger grunnlaget for å kunne gå videre til mer dyptpløyende kurs og pensum innen PR-området. Kurset gir et bredt innblikk i "public relations": tilhørende teori, yrket, metodikk og praksis. Det gir et innblikk i hva PR egentlig er og hva det omfatter, historisk opprinnelse, kommunikasjonsteori, organisasjonsteori samt oppdaterte case-studier. Dette kurset vil også ta for seg PR-praksis i frivillige og humanitære organisasjoner, medlemsorganisasjoner, idrettsforeninger osv.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Ha en grundig forståelse for ledelse av "public relations"; PR-historie, hvorfor fagområdet er viktig, fagets rolle i organisasjoner, hvilke som er de grunnleggende PR-funksjonene, PR-verktøy og hvordan PR kan integreres og samspille med markedskommunikasjon.

Spesielt vil studentene bli kjent med:

- Grunnleggende kommunikasjonsteorier, modeller og fagterminologi som brukes i praktisk PR eller virksomhetskommunikasjon,
- Grunnlaget for kommunikasjon som en ledelsesfunksjon og et instrument som hjelper organisasjoner å nå sine mål,
- Hvordan media arbeider,
- Grunnlaget for effektiv kommunikasjon og hvordan dette kan måles,
- "Issues management"/omverdensanalyse og organisasjonens samfunnsrolle,
- Metode for strategisk kommunikasjonsplanlegging.

Ferdighetsmål

Etter avsluttet kurs skal studentene være i stand til å:

- Forklare de grunnleggende teoriene innen PR,
- Beskrive prosessen med å lage en PR-/kommunikasjonsplan,
- Identifisere de forskjellige interessentgruppene til en organisasjon og forklare rollene disse har i forhold til ulike typer organisasjoner,
- Forklare hvordan PR blir praktisert i forskjellige typer organisasjoner; så som private bedrifter, frivillige og humanitære organisasjoner samt offentlige institusjoner,
- Skissere de teknologiske, organisasjonsmessige og globale utfordringene innen PR-området.

Holdninger

En generell bevissthet rundt betydningen av kommunikasjon for å bygge relasjoner som gir økt tillit til en organisasjon hos alle interessentgrupper, noe som igjen vil påvirke organisasjonens totale

omdømme.

Forkunnskaper

Ingen.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Wilcox, Dennis L., Glenn T. Cameron. 2012. Public relations : strategies and tactics. 10th ed. Allyn & Bacon

Anbefalt litteratur

Bøker:

Ihlen, Øyvind og Per Robstad. 2004. Informasjon & samfunnskontakt : perspektiver og praksis. Fagbokforlaget

Levine, M. 2008. Guerrilla P.R. 2.0 : wage an effective publicity campaign without going broke. Collins

Phillips, David and Philip Young. 2009. Online public relations : a practical guide to developing an online strategy in the world of social media. 2nd ed. Kogan Page

Ries, Al and Laura Ries. 2002. The fall of advertising and the rise of PR. HarperBusiness

Stauber, John C. and and Sheldon Rampton. 1995. Toxic sludge is good for you : lies, damn lies and the public relations industry. Common Courage Press

Yale, David R. with Andrew J. Carothers. 2001. The publicity handbook : the inside scoop from more than 100 journalists and PR pros on how to get great publicity coverage : in print, online, and on the air. New ed. NTC Business Books

Emneoversikt

- PR /kommunikasjonens rolle i organisasjoner
- PR-historie
- Et teoretisk grunnlag for PR
- Etikk, jus og profesjonalitet
- Planleggingsprosessen
- Medierelasjoner
- Intern-/medarbeiderkommunikasjon
- Relasjoner til lokalsamfunnet
- Økonomiske relasjoner
- Forbrukerrelasjoner og markedsføring
- PR i frivillig sektor
- Samfunns- og myndighetskontakt
- Virksomhetskommunikasjon/PR
- Nye og kommende trender

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Aktivitet	Timebruk
Delta på forelesninger	39
Forberedelse til forelesninger	36
Case-arbeid	15
Presentasjoner/Muntlige fremføringer	5
Hjemmearbeid og lesing	69
Eksamensforberedelser	36
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

39 timer - Forelesninger

3 timer - Veiledning muntlig framføring

3 timer - Veiledning case

45 timer totalt

Eksamen

Karakter i dette kurset baseres på følgende aktiviteter og vekting:

En times individuell eksamen på skolen midt i semesteret: teller 20 %

Case-analyse (kan gjøres i grupper med opp til tre studenter): teller 40 %
En tretimers individuell skriftlig eksamen: teller 40 %

Endelig karakter blir gitt på grunnlag av alle deler av evalueringen. Det er mulig å stryke på en del av evalueringen og likevel få karakter for kurset.

Eksamenskode(r)

PRK 34061 – Prosessevaluering, teller 100 % for å få endelig karakter i PRK 3406 Innføring i PR, 7,5 ECTS credits.

Hjelpemidler til eksamen

En times eksamen midt i semesteret – morsmål-engelsk ordbok

Case – alle hjelpemidler tillatt

Skriftlig avgangseksamen – morsmål-engelsk ordbok.

Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes det definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.

<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>

Kontinuasjon

Kontinuasjon av midt-semestereksamen gis samme semester for studenter med gyldig grunn for å ha gått glipp av eksamen.

Tilleggsinformasjon