



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2013/2014

ELE 3748 Markedsretorikk

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Gerhard E Schjelderup

Institutt

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Retorikk dreier seg om å overtale enten ved bruk av verbale eller nonverbale virkemidler. I dette kurset vil studenten gå i dybden på ulike retoriske virkemidler for å kunne bygge sterk argumentasjon gjennom argumentasjon basert på prinsipper fra en tradisjon som strekker seg over to tusen år tilbake i tid. Markedsretorikk dreier fokuset på det særegne ved retorikk brukt i forbindelse med reklame og holdningskampanjer på tvers av ulike mediale plattformer som for eksempel avis, TV, sosiale medier og annet.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studenten skal kunne være i stand til å gjenkjenne en retorisk tekst og hva det er som gjør den retorisk. Videre skal studenten kunne klassisk teori som gjør ham/henne i stand til å analysere og gjøre bruk av retoriske virkemidler.

Ferdighetsmål

Etter endt kurs skal studenten kunne anvende tilegnet kunnskap i arbeidet med å konstruere ulike budskap tilpasset ulike medier.

Holdningsmål

Studenten skal ha et bevisst forhold til hva overtalelse er, og det etiske ansvaret som følger av å benytte seg av retoriske virkemidler overfor ulike grupper en søker å endre.

Forkunnskaper

Det kreves ingen spesielle forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Kjeldsen, Jens E. 2006. Retorikk i vår tid: En innføring i moderne retorisk teori. 2. utg. Spartacus

Artikkelsamling:

Gerhard Emil Schjelderup. 2013. Artikkelsamling til Markedsretorikk

Anbefalt litteratur

Bøker:

Corbett, Edward P.J., Robert J. Connors. 1999. Classical rhetoric for the modern student. 4th ed. Oxford University Press

Emneoversikt

- Bakgrunnen og opprinnelsen for retorikk
- Definisjon av retorikk
- Overtalelse versus overbevisning
- Den retoriske situasjon Kairos vs. Chronos
- Talesjangere

- De retoriske virkemidler
- De tre hovedområder for retorikk
- Tankefigurer (troper) og herunder metaforbruk
- Reklamens mange mediale nedslagsfelt

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Læringsmålene skal nås gjennom en kombinasjon av forelesninger, oppgaveløsninger i klasserom, og selvstudium. Studentene vil få muligheten til å levere inn en frivillig oppgave i kurset som de vil få individuell tilbakemelding på.

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	36
Forberedelse til forelesningene	80
Oppgaveløsning og gruppearbeid	44
Hjemmeeksamen	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

Gjennomføring av forelesninger i plenum: 36 timer (foreleser)

Total ramme for tidsbruk 45 timer

Eksamen

En 72-timers hjemmeeksamen som teller 100 % av karakteren og løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Oppgaven skal være på maksimum 15 sider eks. vedlegg.

Eksamenskode(r)

ELE 37481 Hjemmeeksamen, teller 100 % av karakteren i ELE 3748 Markedsretorikk, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon avholdes ved neste gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon