



PRK 3506 Introduksjon til PR

Studium

Bachelorstudiet i PR og markedskommunikasjon (2. år)

Kursansvarlig

Tor Bang

Institutt

Institutt for kommunikasjon og kultur

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

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

Studentene skal opparbeide 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 tilegne seg kunnskap om:

- 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; som private bedrifter, frivillige organisasjoner og i offentlig sektor.
- 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. 2014. Public relations : strategies and tactics. 11h ed. Pearson

Anbefalt litteratur

Bøker:

Ihlen, Øyvind. 2013. PR og strategisk kommunikasjon : teorier og fagidentitet. Universitetsforlaget

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
- PR i frivillig sektor
- Samfunns- og myndighetskontakt
- Virksomhetskommunikasjon/PR

Dataverktøy

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Læreprosess og tidsbruk

Undervisningen i kurset er fordelt mellom forelesninger og veiledning. Studentene kan ta kontakt med foreleser for veiledning.

Anbefalt tidsbruk:

Aktivitet	Timebruk
Delta på forelesninger	36
Forberedelse til forelesninger	36
Arbeid med prosjektoppgave	128
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer - Forelesninger

9 timer - Veiledning case

45 timer totalt

Eksamen

Karakter i dette kurset baseres på følgende aktiviteter og vekting:

- 1) En times individuell eksamen på skolen midt i semesteret: teller 30 %
- 2) En ukes Case-analyse (kan gjøres i grupper med opp til tre studenter): teller 40 %
- 3) En tretimers individuell skriftlig eksamen: teller 30 %

Endelig karakter blir gitt på grunnlag av alle deler av evalueringen.

Eksamenskode(r)

PRK 35061 – Prosessevaluering teller 100 % av den endelige karakteren i PRK 3506 Introduksjon til PR, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Individuell eksamen 1 time - Ingen hjelpemidler

Case - Alle hjelpemidler

Individuell eksamen 3 timer - Ingen hjelpemidler

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.

Tilleggsinformasjon