



PRK 3506 PR - teorier og strategier

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:

Brønn, Peggy S, Tor Bang og Øystein Bonvik. 2015. En innføring i PR. Fagbokforlaget

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:

Delta på forelesninger	30
Forberedelse til forelesninger og presentasjoner	60
Eksamen	1
Arbeid med prosjektoppgave	109
Anbefalt total tidsbruk	200

Ressursbruk

30 timer - Forelesninger

15 timer veiledning og tilbakemelding til case og presentasjoner (Fagansvarlig vil fordele timerressurser iht klassestørrelse på de ulike studiestedene)

45 timer totalt

Eksamen

Endelig karakter i kurset er et resultat av løpende vurdering av flere eksamenskomponenter, prosessevaluering, i løpet av kursets gjennomføringssemester/e. Hver eksamenskomponent poengvurderes på en skala fra 0-100. Komponentene blir deretter vektet sammen i henhold til informasjonen i kursbeskrivelsen, som så fører frem til endelig bokstavkarakter. Studenter som ikke oppnår poeng i ett eller flere av eksamenskomponentene vil få en lavere karakter eller kan stryke i kurset. Detaljert informasjon om poengsystemet og hvilke bokstavkarakterer de gir vil bli opplyst ved kursstart.

- 1) En times individuell flervalgseksamen cirka halvveis ut i semesteret; teller 20%
- 2) En fireukers caseanalyse, arbeid inntil tre studenter, teller 60%
- 3) En presentasjon av caset i plenum, der hele gruppen må delta; teller 20%

Eksamenskode(r)

PRK 35061 – Prosessevaluering teller 100 % av den endelige karakteren i PRK 3506 PR - teorier og strategier, 7,5 studiepoeng

Hjelpemidler til eksamen

Individuell flervalgseksamen - ingen hjelpemidler

Case, og utvikling av presentasjonsmateriale for caset - alle hjelpemidler

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Ved kontinuasjon må alle eksamenskomponentene tas på nytt.

Tilleggsinformasjon

Faglærer forbeholder seg retten til å sette sammen grupper til case-analyse.