



**EMNEBESKRIVELSE**  
**IKK1100 Intern kultur og kommunikasjon**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i PR og samfunnspåvirkning (BPS1)
2. Semester	2. semester
3. Studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Øystein Pedersen Dahlen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene skal få en forståelse av hva en organisasjon er og hvordan ledelse og kommunikasjon påvirker organisasjoner. De skal forstå at kommunikasjon er en forutsetning for velfungerende organisasjoner og at kommunikasjon må være forankret i ledelsen. Emnet bygger videre på innføringsemnet PR-fagets samfunnsrolle (PRF1100), hvor det blir lagt vekt på at kommunikasjonsfunksjonen har en viktig rådgiverrolle i organisasjonen – (ikke minst) også når det gjelder rådgivning og støtte til ledelsen i deres interne kommunikasjon.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studenten skal være i stand til å definere viktige kommunikasjonsoppgaver internt i ulike typer organisasjoner, og prioritere disse. Videre skal studenten kjenne ulike kanaler for intern kommunikasjon, tekniske muligheter og begrensninger. Studentene skal kjenne fordeler og ulemper ved å bruke ulike kanaler til for eksempel motivasjon, kulturbygging, endringskommunikasjon, oppsigelser og lignende. Studenten skal kunne beskrive organisasjonskulturen i en virksomhet og komme med forslag til hvordan den interne kommunikasjonen kan styrke kulturen og bidra til at organisasjonen når sine mål .</p> <p><b>Generell kompetanse</b> God kommunikasjon og kultur i en virksomhet er en forutsetning for fornøyde medarbeidere, service, kunde- og brukertilfredshet, godt omdømme og i neste tur lønnsomhet og resultatoppnåelse. Faget handler om hvordan planlegge og gjennomføre god intern kommunikasjon i ulike virksomheter for å oppnå dette. På den ene siden har emnet en teoretisk tilnærming. Det dreier seg om organisasjonsatferd og hva organisasjonskultur, tillit til ledelsen, åpenhet og dialog betyr for å skape identifikasjon, engasjement og trygghet. Å forstå organisasjonskultur er grunnleggende før man begynner å påvirke organisasjonen gjennom ulike virkemidler.</p>

	<p>På den andre siden har faget en praktisk side. Den omhandler kommunikasjonsatferd, budskapsutvikling og bruk av ulike kommunikasjonskanaler. Det legges naturlig vekt på digitale flater. Som en del av faget gjennomfører studentene et praktisk prosjekt. Faget samordnes med faget organisasjonspsykologi samme semester.</p>
7. Innhold	<p>Emnet er delt inn i tre hoveddeler:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Organisasjonsteori og -kultur Her ser vi på begrepet organisasjon og hva som kjennetegner organisasjoner. Studentene skal lære om mål, strategier, strukturer og kultur i organisasjoner og sammenhengen mellom disse faktorene</li><li>2. Kommunikasjon i organisasjoner: I denne delen ser vi på sammenhengen mellom adferd, kultur, mål og strategier i organisasjoner og intern kommunikasjon</li><li>3. Kommunikasjon i praksis: Her ser vi på praktisk kommunikasjon, budskapsutvikling og bruk av ulike kommunikasjonskanaler for å oppnå ønskede målsetninger. I tillegg ser vi på hvordan man kan støtte og hjelpe ledere og andre kollegaer med kommunikasjon</li></ol>
8. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal danne organisasjoner med klare målsetninger. Dette opplegget skal presenteres for klassen, med spesiell vekt på hvordan kommunikasjonen og kommunikasjonsutfordringene har vært i gruppen/organisasjonen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen, fortrinnsvis som grupper. Det beregnes en betydelig egeninnsats.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Det vil bli trukket inn reelle case fra organisasjons- og næringsliv i forelesningene.</p>
10. Vurdering	<p>Deleksamen løses som en hjemmeeksamen i grupper på inntil tre studenter. Teller 40 % av karakteren i emnet. Studentene har ca. 12 uker på dette arbeidet. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>Slutteksamen er en tre timers individuell eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet. Hjelpemidler ikke tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<p>Bang, Henning. 2011. <i>Organisasjonskultur</i>. 4. utgave. Oslo: Universitetsforlaget. Kap. 1 – 9. ISBN: 9788215007823174 sider. Pris: 349,-</p> <p>Erlie, Bente. 2006. <i>Intern kommunikasjon – Planlegging og tilrettelegging</i>, 4. utg. Oslo: Universitetsforlaget. Kap. 1 – 4, 7 – 17, 220 sider Alt: kap 1 – 4, 7 – 12, 155 sider ISBN: 9788215011172 Pris: 399,-</p>

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.

	<p>Hatch, Jo Mary og Majken Schultz. 2008. <i>Taking Brand Initiative. How Companies Can Align Strategy, Culture, and Identity Through Corporate Branding</i>. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass. ISBN: 9780787998301. Side 3 – 91 Pris: 200,-</p> <p><b>Kompendium for emnene IKK 1100 Intern kultur og kommunikasjon selges på Norli Kirkegata og inneholder:</b></p> <p>Bråten, Stein. 2004. “Sosiale systemer og teorier om kommunikatív (sam)handling”. Kap. 9 i Bråten, Stein 2004. <i>Kommunikasjon og samspill – fra fødsel til alderdom</i>. Oslo: Universitetsforlaget. 175 – 192 18 sider</p> <p>Friedl, Julia og AnaTkacalac Verčič. 2011. “Media preferences of digital natives’ internal communication: A pilot study”. I <i>Public Relations Review</i>, 37(1), 84 – 86. 3 sider</p> <p>Jacobsen, Dag Ingvar og Jan Thorsvik. 2007. <b>Utdrag:</b>”Kap. 1-3”, side 11-112. I <i>Hvordan organisasjoner fungerer</i>. 3 utg. Bergen Fagbokforlaget. 102 sider.</p> <p>Ristino, Robert J. 2008. “The Sociocultural Model of Public Relations/Communications Management Practice: A Critical-Cultural Perspective”. I <i>International Journal of Strategic Communication</i>, 2 (1): 54 – 73. 20 sider</p> <p>Tourish, Dennis og Paul Robson. 2006. “Sensemaking and the Distortion of Critical Upward Communication in Organizations”. I <i>Journal of Management Studies</i> 43(4): 711 – 730. 20 sider</p> <p>White, Candace, Antoaneta Vanc og Gena Stafford. 2010. “Internal Communication, Information Satisfaction, and Sense of Community: The Effect of Personal Influence”. I <i>Journal of Public Relations Research</i> 22 (1), 65 – 84. 20 sider</p> <p>Til sammen 569 sider.</p>
<b>12. Anbefalt litteratur</b>	<p>Kennan, William R. og Vincent Hazleton. 2006. “Internal Public Relations, Social Capital, and the Role of Effective Organizational Communication”. I Carl Botan og Vincent Hazleton: <i>Public Relations Theory II</i>. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum, 311 – 338</p> <p>Quinn, Dennis og Owen Hargie. 2004. “Internal communication audits: a case study”. I <i>Corporate Communications: An International Journal</i>, 9(2):146 – 158.</p>

	<p>Robson, Paul J.A: og Dennis Tourish. 2005. "Managing internal communication: an organizational case study." I <i>Corporate Communications: An International Journal</i>, 10(3):213 - 222</p> <p>Wh, Mary og Paul R. Jackson. 2007."Rethinking internal communication: a stakeholder approach". I <i>Corporate Communications: An International Journal</i>, 12(2)177 – 198. 22 sider</p> <p>Wright, Marc (red.) 2009. <i>Gower Handbook of Internal Communication</i>. Farnham: Gower</p>
--	--