



**EMNEBESKRIVELSE**  
**IKK1101 Intern kultur og kommunikasjon**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i PR og samfunnspåvirkning (BPS1)
2. Semester	2. semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høyskolelærer Nils Apeland
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 kommunikasjons 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</p>

	påvirke organisasjonen gjennom ulike virkemidler. På den andre siden har faget en praktisk side. Den omhandler kommunikasjonsatferd, budskapsutvikling og bruk av ulike kommunikasjonskanaler.
7. Innhold	Emnet er delt inn i tre hoveddeler: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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>○ Kommunikasjon i organisasjoner: I denne delen ser vi på sammenhengen mellom adferd, kultur, mål, strategier og endring i organisasjoner og intern kommunikasjon</li> <li>○ Branding og kommunikasjon: I denne delen ser vi på begrepet <i>corporate branding</i>. Vi analyserer sammenhengen mellom organisasjonsteori, intern kommunikasjon, organisasjonskultur og branding.</li> </ul>
8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Det beregnes en betydelig egeninnsats.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Det vil bli trukket inn reelle case fra organisasjons- og næringsliv i forelesningene.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.  Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Bang, Henning. 2011. <i>Organisasjonskultur</i> . 4. utgave. Oslo: Universitetsforlaget. Kap. 1 – 9. ISBN: 9788215007823 174 sider. Pris: 349,-  Hatch, Jo Mary og Majken Schultz. 2009. <i>Brug dit brand. Udtrykorganisationens identitet gennem corporate branding</i> . København: Gyldendal Business. ISBN: 9788702078169. Kap. 1-6 <sup>2</sup> . Pris: 398,-  Hennestad, Bjørn og Øyvind Revang. 2012. <i>Endringsledelse og ledelsesendring</i> . 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget. Side 13-100, 127-230 (190 sider). ISBN: 9788215019864. Pris: 349,-

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

<sup>2</sup> Boken finnes også i engelsk versjon: *Taking Brand Initiative. How Companies Can Align Strategy, Culture, and Identity Through Corporate Branding*.

	<p><b>Kompendium for emnene IKK 1101 Intern kultur og kommunikasjon selges på Norli Kirkegata og inneholder:</b></p> <p>Brønn, Peggy. 2012. "Using internal communication for internal collaboration". I <i>Sosiale medier fra innsiden og ut</i>. Oslo: Kommuneforlaget. 15-27. 13 sider</p> <p>Bråten, Stein. 2004. "Sosiale systemer og teorier om kommunikativ (sam)handling". Kap. 9 i Bråten, Stein 2004. <i>Kommunikasjon og samspill – fra fødsel til alderdom</i>. Oslo: Universitetsforlaget. 175 – 181, 183-184. 9 sider</p> <p>Erlien, Bente. 2006. <i>Intern kommunikasjon – Planlegging og tilrettelegging</i>, 4. utg. <b>Utdrag:</b> Side 17-27, 29-30, 33-39, 42-54, 101-103, 175 – 186. Oslo: Universitetsforlaget. 47 sider.</p> <p>Friedl, Julia og Ana Tkalac 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> Side 11-59 og 83-85. I <i>Hvordan organisasjoner fungerer</i>. 3 utg. Bergen Fagbokforlaget. 52 sider.</p> <p>Til sammen 640 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>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>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>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>Welch, 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>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>Wright, Marc (red.) 2009. <i>Gower Handbook of Internal Communication</i>. Farnham: Gower</p>
--	--