



EMNEBESKRIVELSE
PRF1100 PR-fagets samfunnsrolle
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i PR og samfunnspåvirkning (BPS1)
2. Semester	1.semester
3. Studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Øystein Pedersen Dahlen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap</p> <p>Studenten skal etter endt emne ha kunnskap om hva faget PR- og kommunikasjon er, hvilke rolle det har i organisasjoner og i samfunnet og den historiske bakgrunnen for faget. Hvordan PR- og kommunikasjonsfaget forholder seg til markedsføring og forskjellen mellom disse fagene er spesielt viktig, da studentene får innføring i markedsføring det samme semesteret. Studenten skal også ha kjennskap til etiske debatter i og omkring PR- og kommunikasjonsfaget. I tillegg til den teoretiske kunnskapen, skal studenten også ha kunnskap om hvordan man kan bruke faget i en praktisk sammenheng. Studenten skal kunne planlegge enkle kommunikasjonstiltak og grunngi valg av metode og utforming av tiltakene med utgangspunkt i teori og egen refleksjon.</p> <p>Ferdigheter</p> <p>Studenten skal kunne lage en enkel kommunikasjonsplan og planlegge og gjennomføre et mindre kommunikasjonsprosjekt, forankret i aktuell teori. Studentene skal også være i stand til å drøfte og diskutere PR-fagets samfunnsrolle, utviklingen av PR som fag og etiske spørsmål knyttet til PR- og kommunikasjonsarbeid. Studenten skal også være i stand til å anvende faglig kunnskap og belyse problemstillinger som ligger til både teori og praktisk kommunikasjonsarbeid.</p> <p>Generell kompetanse</p>

	<p>Studenten skal etter endt emne ha kunnskap om praktisk PR-arbeid, men også kjenne til den faglige og kritiske debatten rundt faget, samt den historiske utviklingen av faget i Norge og internasjonalt.</p>
7. Innhold	<p>I dette emnet får studentene en grunnleggende innføring i faget kommunikasjon. Kurset skal drøfte hva PR er og hvordan det historisk er utviklet som et fag. Dette innbefatter de historiske betingelsene for PR, økonomisk, kulturelt og ideologisk, og ser på hvordan det oppstår et PR-fag, en PR-bransje og PR-jobber.</p> <p>Et annet viktig tema er de etiske debattene som kommer i forbindelse med PR. Kritikkk av PR har fulgt PR-aktivitetene hele dens historie, og det er for eksempel vært kritikkk av at det finnes et fag som selger plass i det offentlige rom til høystbydende og at det går ut over demokratiet. Det har også vært drøfting av de moralske sidene ved å bruke tekniske og andre ferdigheter knyttet til arbeid for gjennomslag for omstridte saker og for noen aktører på vegne av andre. Innblikk i slike diskusjoner vil skjerpe studentenes evne til å forstå etiske debatter i og om fagfeltet.</p> <p>Emnet består av tre hoveddeler:</p> <ol style="list-style-type: none">1. PR som fag<ul style="list-style-type: none">• Definisjonen av PR- og kommunikasjonsfaget• Forholdet mellom PR og markedsføring• Systemteori og den refleksive forståelsen av PR og kommunikasjon i en europeisk sammenheng2. Praktisk PR og kommunikasjon<ul style="list-style-type: none">• Strategier for kommunikasjon og kommunikasjonsprosesser• Retorikk og overtalelse• Definisjon av målgrupper og interessenter• Omverdenanalyse• Evaluering av kommunikasjonstiltak3. Historisk bakgrunn og etikk<ul style="list-style-type: none">• Historisk bakgrunn for PR-faget, internasjonalt og i Norge• Kritikkk av PR-faget, internasjonalt og i Norge• Etske problemstillinger

8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen, fortrinnsvis som grupper. Det beregnes en betydelig egeninnsats.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Det vil bli trukket inn reelle case fra organisasjons- og næringsliv i forelesningene.
10. Vurdering	Deleksamen løses som en hjemmeeksamen i grupper på inntil tre studenter. Teller 40 % av karakteren i emnet. Studentene har ca. 8 uker på dette arbeidet. Alle hjelpemidler tillatt. Slutteksamen er en tre timers individuell eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet. Hjelpemidler ikke tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	<p>Ihlen, Øyvind og Per Robstad. 2004. <i>Informasjon og samfunnskontakt: Perspektiver og praksis</i>. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 8245002216. Kap. 1-7. Sider: 205. Pris: 395,-</p> <p>Ihlen, Øyvind. 2007. <i>Petroleumsparadiset: Norsk oljeindustristrategiske kommunikasjon og omdømmebygging</i>. Oslo: Unipub. ISBN: 9788274773233. Kap. 1-3. Pris: 249,-</p> <p>Miller, David og William Dinan. 2008. <i>A century of spin: How public relations became the cutting edge of corporate power</i>. New York, NY: Pluto Press. ISBN: 9780745326887. 1-124 (kap. 1-7). Pris: 219,-</p> <p>Kompendium for emnene PRF 1100 PR-fagets samfunnsrolle selges på Norli Kirkegata og inneholder:</p> <p>Allern, Sigurd. 2006. "Nyhetsmediene og PR-bransjen." I Berit von der Lippe (red) <i>Medier, Politikk og Samfunn</i>, 142 – 175. Oslo: Cappelen akademisk forlag.</p> <p>Haug, Magne. 1993. "Utviklingen i Norge." I <i>Informasjon eller påvirkning? Utviklingstrekk ved informasjon og samfunnskontakt som fag</i>, 71-83. [Oslo]: Bedriftsøkonomenes forlag.</p>

¹ Med forbehold om prisendringer

	<p>Holmström, Susanne. 2004. "The reflective paradigm of public relations." I Betteke van Ruler og Dejan Verčič (red.) <i>Public relations and communication management in Europe: A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice</i>, 121-133. Berlin: Walter de Gruyter.</p> <p>Ihlen, Øyvind. 2011. "Gamle dage: Samfunn og næringsliv." I <i>Samfunnsansvar på norsk: Tradisjon og kommunikasjon</i>, 33-52. Bergen: Fagbokforlaget.</p> <p>Ruler, Betteke Van og Dejan Verčič. 2004. "Overview of public relations and communication management i Europa." I Betteke van Ruler og Dejan Verčič (red.) <i>Public relations and communication management in Europe: A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice</i>, 1-7. Berlin: Walter de Gruyter.</p> <p>Sepstrup, Preben. 2010. "Planlægging og evaluering af kommunikation." I <i>Håndbog i strategisk Public Relations</i>, 137-155. Fredriksberg: Samfundslitteratur.</p> <p>507 sider</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>L'Etang, Jacquie. 2008. <i>Public Relations: Concepts, practice and critique</i>. Spesielt kap. 1-4. London: Sage Publications. ISBN: 9781412930482.</p> <p>L'Etang, Jacquie og Magda Pieczka (red.) 2006. <i>Public relations: Critical debates and contemporary practice</i>. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN: 9780805846188.</p> <p>Larsson, Larsåke. 2008. <i>Tillämpad kommunikationsvetenskap</i>. Spesielt kap. 4-9. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9789144049045.</p> <p>Miller, David og William Dinan. 2007. <i>Thinker, Faker, Spinner, Spy: Corporate PR and the assault on democracy</i>. London: Pluto Press. ISBN: 9780745324456.</p>