

Programbeskrivelse

# Årsenhet i

# PR og kommunikasjon

Heltid og deltid

**Nettbasert**

**60 studiepoeng**

**2020**

*Studiet er godkjent i Høyskoleledelsen: 01.02.19  
Programbeskrivelsen er godkjent i Utdanningsutvalget: 25.05.20*

## Innhold

<b>1. Innledning</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Læringsutbytte</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Studiets struktur</b> .....	<b>4</b>
<b>3.1 Faglig progresjon</b> .....	<b>5</b>
<b>3.2 Emner</b> .....	<b>6</b>
<b>4. Internasjonalisering</b> .....	<b>7</b>
<b>5. Undervisnings- og vurderingsformer</b> .....	<b>8</b>
<b>5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning</b> .....	<b>8</b>
<b>5.2 Eksamens- og vurderingsformer</b> .....	<b>8</b>

# 1. Innledning

Så godt som alle store og mellomstore bedrifter, offentlige virksomheter, ideelle og frivillige organisasjoner ansetter PR- og kommunikasjonsmedarbeidere. I tillegg finnes det mer enn tretti PR-byråer som teller et stort antall medarbeidere. De siste tiårene har det vært en massiv vekst i antall arbeidsplasser, og etterspørselen etter kompetente medarbeidere har sin forklaring i at offentlig og privat sektor i økende grad oppretter egne avdelinger for å ta seg av informasjonskampanjer, internkommunikasjon, omdømme og renommé.

De fleste som arbeider innenfor PR- og kommunikasjonsfaget har stilling som kommunikasjonsrådgiver, enten det er i kommunikasjonsavdelingen i en bedrift eller i et PR-byrå. Bransjen kan inndeles i tilbydere i form av kommunikasjonshus som dekker kommunikasjonskompetanse i bredden, via de mer spesialiserte byråene innen medie- og myndighetskontakt, interninformasjon og krisehåndtering, til bedrifter, offentlig virksomhet og alle typer organisasjoner.

Det er mange veier inn i PR- og kommunikasjonsfaget. Tidligere var det mest vanlig å rekruttere folk med journalist-, markedsføring og økonomibakgrunn. Gjennom de siste årene har bransjen også tiltrukket seg personer med formell PR-utdanning. Dette er grunnen til at Høyskolen Kristiania har laget en utdanning som kombinerer de nevnte fagområdene. Dermed får du en god og relevant kompetansemiks.

PR- og kommunikasjonsrådgivere arbeider med å gi strategiske råd i kommunikasjons spørsmål til ledere på høyt nivå i både næringslivet, det offentlige, frivillige organisasjoner og i politikk. Studiet passer derfor best for personer som er samfunnsinteresserte. Det er en fordel om man også har gode skriftlige ferdigheter.

Programbeskrivelsen blir oppdatert hvert andre år og vil da gjelde for syv år om gangen.

# 2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høyskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

## **Kunnskap**

Kandidaten ...

- har kunnskap om kravene som stilles til akademisk skriving, både med hensyn til analytisk og kritisk tekning og kildekritikk

- har kunnskap om hvordan man jobber praktisk med PR og kommunikasjon, basert på fagområdets teoretiske fundament og kulturelle betingelser
- har kunnskap om hvilke roller PR har og har hatt i organisasjoner og i samfunnet, samt den etiske debatten i og omkring PR
- har kunnskap om det teoretiske grunnlaget for intern kultur og kommunikasjon i virksomheter, og kjenner de sentrale teknikkene for å utvikle kommunikasjonstiltak
- har kunnskap om hvordan PR og kommunikasjon påvirker og utvikles innenfor organisasjoner og deres struktur, kultur, samt beslutnings- og endringsprosesser
- har kunnskap om markedsføring og forbrukeradferd, og kan sette dette inn i et kommunikasjonsperspektiv
- har kunnskap om norsk politisk historie, forholdet mellom politikk og forvaltning, og hvordan PR og kommunikasjon kan benyttes innen politisk arbeid
- kjenner til de ulike elementene i den journalistiske arbeidsprosessen, og ulike researchmetoder som benyttes i journalistikk

### **Ferdigheter**

Kandidaten ...

- kan utarbeide kommunikasjonsplaner og PR-kampanjer og forstår de etiske prinsippene i dette
- kan utarbeide en plan for internkommunikasjon basert på teoretisk og praktisk forståelse for organisasjoner
- kan skrive og lese akademiske tekster, samt kritisk vurdere kildene for slike oppgaver
- kan utarbeide nyhetsartikler, basert på kunnskap om journalistens verktøy og virkemidler
- kan reflektere over egen faglige utøvelse, og justere denne under veiledning

### **Generell kompetanse**

Kandidaten ...

- kan drøfte og diskutere PR-fagets samfunnsrolle og etiske spørsmål knyttet til PR- og kommunikasjonsarbeid
- kan delta i diskusjoner vedrørende utvikling i fagområdet PR og kommunikasjon

## **3. Studiets struktur**

Årsenheten i PR og kommunikasjon er et studieprogram som totalt teller 60 studiepoeng, og består av 8 obligatoriske emner. Studiet blir i sin helhet tilbudt på nett, uten valgfrie emner.

Årsenhet i PR og kommunikasjon er i utgangspunktet lagt opp som et deltidsstudium over to år (50 % studieprogresjon), men studenten kan selv velge en annen progresjon. Studenten må ta eksamen senest 18 måneder etter oppstart av et emne.

Studiet er bygget opp med følgende anbefalte rekkefølge:

<b>Metode I: Akademisk lesning og skriving 7,5 stp</b>
<b>PR i praksis 7,5 stp</b>
<b>Journalistikk 1 – innføring i journalistisk metode 7,5 stp</b>
<b>Markedsføring 7,5 stp</b>
<b>Politikk og påvirkning 7,5 stp</b>
<b>Organisasjon og ledelse 7,5 stp</b>
<b>Intern kultur og kommunikasjon 7,5 stp</b>
<b>Forbrukeratferd 7,5 stp</b>

Tabell 1. Oppbygging av emner

Beskrivelser av de enkelte emner vil publiseres på høyskolen sine hjemmesider. Emnebeskrivelsene inneholder informasjon om innhold, læringsutbytte, læringsformer, omfang og vurderingsformer.

### 3.1 Faglig progresjon

I det første og andre emnet får studentene en grunnleggende innføring i akademisk lesing og skriving, som er en forutsetning for å lykkes som (nett-)student. De vil også få en innføring i praktisk kommunikasjonsarbeid og en oversikt over faget. I det tredje og fjerde emnet tilbyr vi en praktisk innføring i journalistikk, som er et viktig verktøy i praktisk PR og kommunikasjon, samt et introduksjonskurs i markedsføring, hvor vi finner mange av de samme teknikkene som i PR. I det femte og sjette emnet lærer studentene om hvordan det politiske systemet fungerer og hvordan dette kan påvirkes, som ofte er en sentral del av en PR-arbeiders oppgaver. Samtidig får de innføring i hvordan organisasjoner fungerer, før de i det syvende emnet får mer kunnskap om organisasjonskulturer og kommunikasjon i organisasjoner. I det åttende emnet får studentene også kunnskap om forbrukeratferd.

## 3.2 Emner

Emne	Sp	Beskrivelse
<b>Metode I: Akademisk lesing og skriving</b>	7,5	Emnet gir en introduksjon til akademisk arbeid, og en innføring i oppgaveskriving. Det legges vekt på kritisk og analytisk tenkning, som bidrar til å utvikle studentenes evne til selvstendig tenkning. Studentene får kunnskap om informasjonskompetanse: søkestrategi, riktig og etisk henvisning, samt evaluering av kilders kvalitet og relevans. Studentene får veiledning i bruk av viktige teoretiske og praktiske redskaper under arbeid med en oppgave. Emnet gir innsikt i hvordan en akademisk tekst er bygget opp, slik at studenten kan identifisere og analysere sentrale emner i en tekst, og de får kunnskap om prinsipper for god skriving og hvilke krav som stilles til akademiske oppgaver.
<b>PR i praksis</b>	7,5	I dette emnet får studentene grunnleggende praktisk innføring i PR, slik at de kan lage en enkel kommunikasjonsplan. I emnet blir det drøftet hva PR er og hva det teoretiske fundamentet for faget er. Dette innbefatter de historiske betingelsene for PR, økonomisk, kulturelt, teoretisk og ideologisk. I emnet ser vi på hvordan det oppstår et PR-fag, en PR-bransje og PR-jobber. Et annet viktig tema er de etiske debattene i faget. Innblikk i slike diskusjoner vil skjerpe studentenes evne til å forstå etiske debatter i og om fagfeltet.
<b>Journalistikk 1 – innføring i journalistisk metode</b>	7,5	I dette emnet får studentene en forståelse for journalistikk, hvordan journalister arbeider, hvilken rolle pressen har i et demokratisk samfunn og hva som ligger til grunn for journalistiske prioriteringer. De vil også få innsikt i journalisters forhold til kilder. I tillegg tilegner de seg kunnskap om ulike journalistiske sjangrene. Studentene får innsikt i praktisk nyhetsjournalistikk og utformer enkle nyhetsartikler.
<b>Markedsføring</b>	7,5	Målet med emnet er å gi studentene en grunnleggende forståelse for alle fagområdene som inngår i en bedrifts markedsføring. Studentene skal lære å sette opp en markedsplan som skal strukturere det planmessige arbeidet, fra målsettinger til tiltak. Det legges vekt på at studentene lærer å se på en problemstilling systematisk og bruke ulike verktøy for å nå målene.
<b>Politikk og påvirkning</b>	7,5	Emnet skal utvikle studentenes ferdigheter til å kommunisere politiske spørsmål og jobbe med politiske prosesser, og det skal både trekke lærdommer fra politikken inn i PR generelt og fra PR til politisk arbeid. Målet er å vise at mye PR-arbeid grenser mot politiske spørsmål og at PR-tematikk har overføringsverdi til politikken. Studentene skal bli kjent med det politiske systemet og konkrete saker. De skal vite hvordan politiske beslutninger tas og hva slags påvirkningsmuligheter som finnes. De skal også kjenne til partiene og politikernes rolle i valgkamper.

<b>Organisasjon og ledelse</b>	7,5	Emnet gir deg kunnskap om hvordan organisasjoner fungerer, at deres oppgave er å nå de mål de har satt seg, at kjernen i organisasjoner er oppgaveløsning og at organisasjoner er avhengig av å samhandle med andre for å skaffe seg tilgang til de ressursene som er nødvendig for virksomheten. Emnet gir kunnskap i valg av organisasjonsform og hvordan organisasjonsutvikling og endring kan gjennomføres i praksis. Emnet behandler ulike typer lederstiler og atferd og hvordan dette påvirker organisasjonens medlemmer.
<b>Intern kultur og kommunikasjon</b>	7,5	God kommunikasjon og kultur på innsiden av virksomheten er en forutsetning for god drift, service, kundetilfredshet, godt omdømme og i neste omgang lønnsomhet. Emnet handler om hvordan man bør planlegge og gjennomføre god intern kommunikasjon i virksomheter. På den ene siden har emnet en teoretisk tilnærming, bygget på organisasjonsatferd, og hvilken rolle tillit til ledelsen, åpenhet, dialog og god informasjon spiller med hensyn til å skape identifikasjon, engasjement og trygghet. På den andre siden har emnet en praktisk side som omhandler informasjonsatferd, budskapsutvikling og bruk av ulike kommunikasjonskanaler.
<b>Forbrukeratferd</b>	7,5	I dette emnet lærer studentene å forstå forbrukeres behov, og hvordan vi i neste omgang kan bruke denne innsikten til å markedsføre produkter og tjenester. Denne innsikten kan hjelpe oss til å forstå hvordan vi kan redusere uønsket forbrukeratferd – f.eks. spillavhengighet. Vi ser på både forbrukeren som enkeltindivid, med de psykologiske prosessene som påvirker kjøpsprosessen, og på forbrukeren som del av en gruppe, både som medlem av en familie, en vennegrupper og kulturelt, som en del av storsamfunnet. En viktig del av emnet er også å forstå hvordan teknologiske endringer påvirker forbrukeren og deres konsum. Det sentrale målet for emnet er at studentene skal oppnå økt innsikt i hvorfor forbrukere kjøper, hva de kjøper, hvordan de kjøper, når de kjøper og hvordan de evaluerer et kjøp.

Tabell 2. Emner

## 4. Internasjonalisering

Med henvisning til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt. 7) har studiet ordninger for internasjonalisering. Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart. Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling skal være faglig relevant.

Ordninger om utveksling gjelder for studenter som har avtale om gradsgivende studier og som har oppnådd minimum 60 studiepoeng ved Høgskolen Kristiania, og anses derfor ikke som relevant for en årsenhet.

## 5. Undervisnings- og vurderingsformer

### 5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Når nettstudenten er tatt opp på ett eller flere emner, får nettstudenten tilgang til de aktuelle nettkursene i læringsplattformen. Hvert nettkurs inneholder veiledningstekster, videoforelesninger, øvingsoppgaver og obligatoriske innsendingsoppgaver. Nettkurset inneholder informasjon om hvordan de ulike modulene forholder seg til hverandre, og i hvilken rekkefølge de bør gjennomføres. Alt faglig innhold i nettkurset henviser til pensum, gir utfyllende kommentarer til pensum, og eventuelt supplerende kommentarer og problematisering av pensumlitteraturen. Hvert emne inneholder en rekke øvingsoppgaver/selvtester som skal hjelpe studenten til å vurdere sin egen progresjon og bidra til at læringsutbyttene oppnås.

Hvert emne er delt inn i moduler som består av veiledningstekster, videoforelesninger og andre undervisningsressurser. Forelesninger varierer i antall og lengde avhengig av tema. En eller flere moduler avsluttes med et arbeidskrav som studentene må få godkjent før de kan gå opp til eksamen. Dette kan være skriftlige oppgaver, multiple choice tester, refleksjonsnotater, videodokumentasjon, samt eksperimenter, øvelser eller andre aktiviteter med påfølgende rapport. Veileder gir tilbakemeldinger på oppgavens faglige innhold og akademiske struktur. Utover disse arbeidsformene forventes det at studentene gjennom selvstudium gjennomfører både forberedelser og ettarbeid til forelesningene.

Læringsplattformen gir tilgang til digitale verktøy for å kommunisere med veileder og medstudenter, planlegge egen studieprogresjon, finne aktuelle samarbeidspartnere, samt enkelt få kontakt med administrativ support hos ansatte som arbeider spesifikt med nettstudiene.

Høgskolen oppfordrer studentene til å finne noen de kan samarbeide med, men nettstudenter velger selv om de vil studere alene eller med andre. Samarbeid gir mulighet for å diskutere faglige problemstillinger, og til å gi og få tilbakemelding på arbeidskrav og eksemanesoppgaver, som igjen styrker både faglig forståelse og formidlingsevne.

### 5.2 Eksamens- og vurderingsformer

Gjennom studiet benyttes flere ulike eksamens- og vurderingsformer. Vurderingsformene er tilpasset læringsutbyttet i det enkelte emnet, samtidig som det etterstrebes en hensiktsmessig fordeling av ulike eksamensformer igjennom hvert semester i studiet.

Alle emner inneholder obligatoriske arbeidskrav. Retten til å gå opp til eksamen forutsetter godkjente arbeidskrav. Omfang og plan for arbeidskrav angis i emnebeskrivelsene. (Vurderingsuttrykket for arbeidskrav er Godkjent/Ikke godkjent).

Se siste oppdaterte emnebeskrivelse for detaljer om vurderingsform til hvert enkelt emne. For utfyllende informasjon angående eksamen, se Høgskolen Kristianas hjemmesider.