

## Forelesningsplan og pensum MEVIT4326 Strategisk kommunikasjon i samfunnet, høst 2013

Rom 205 Forskningsparken, 10:14-14

	Dato	Tema	Pensum
1	21.08.	Introduksjon	Ihlen, 2013, kap. 1, 4 Moloney, kap. 1-3 Gulbrandsen & Eriksen, kap. 3-5
2	26.08.	Historie og etikk	Ihlen, 2013, kap. 3, 5 Moloney, kap. 4
3	02.09.	Midler, mål og offentligheten	Ihlen, 2013, kap. 5 Ihlen et al, kap. 1, 8 og 11 Moloney, kap. 6-7, 12 Gulbrandsen & Eriksen, kap. 13
4	09.09.	Retoriske strategier	Ihlen, 2013, kap. 4 Hoffman/Ford
5	16.09.	Nøkkelbegreper: Tillit, legitimitet, forståelse, refleksjon	Ihlen et al, 2009, kap. 8, 10, 15 Ihlen, 2013, kap. 3, 6
6	23.09.	Samfunnsansvar	Ihlen, 2011 Moloney, kap. 8
7	30.09.	Oppsummering	Ihlen, 2013, kap. 6 Gulbrandsen & Eriksen, kap. 14-15

Gulbrandsen, T., & Eriksen, I. (2013). *Kommunikasjonsrådgivere: En yrkesgruppe med innflytelse i samfunns- og arbeidsliv?* (rapport 2013:06). Oslo: Institutt for samfunnsforskning.

Hoffman, Mary F., & Ford, Debra J. (2010). *Organizational rhetoric: Situations and strategies*. Thousand Oaks, CA: Sage. IKKE kap. 8-10

Ihlen, Ø. (2013). *PR og strategisk kommunikasjon: Teorier og fagidentitet*. Oslo: Universitetsforlaget. IKKE kap. 2

Ihlen, Ø. (2011). *Samfunnsansvar på norsk: Tradisjon og kommunikasjon*. Bergen: Fagbokforlaget. IKKE kap. 7

Ihlen, Ø., van Ruler, B., & Fredriksson, M. (red.). (2009). *Public relations and social theory: Key figures and concepts*. New York: Routledge. IKKE kap. 2, 6, 7, 9

Moloney, K. (2006). *Rethinking public relations: PR propaganda and democracy* (2 ed.). London: Routledge. IKKE kap. 5 og 10

### ANBEFALT LESNING

Langeland, H. (2013). *Fyrsten*. Oslo: Tiden forlag.