

Godkendt HBW d. 18.1.2022

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Kommunikationsuddannelsen

Fagbeskrivelse

Foråret 2022

PR og medierne

2. semester

Varighed: 5 ECTS

Formål:

Den studerende skal tilegne sig viden om den værdiskabelse, som organisationer og virksomheder kan opnå ved kontakt med og redaktionel omtale i diverse medier.

Den studerende skal således i forlængelse af undervisningen i Journalistisk Metode (1. semester) tilegne sig viden om det danske medielandskab, journalisters arbejdsbetingelser og den redaktionelle proces som grundlag for at opnå færdigheder i at udarbejde, tilrettelægge og gennemføre kontakt med diverse medier.

Den studerende skal desuden og ligeledes i forlængelse af undervisningen i Journalistisk Metode udvikle kompetencer i at udarbejde, vinkle og versionere relevant PR materiale.

Endvidere skal den studerende udvikle færdigheder i at samarbejde, give og modtage feedback samt forholde sig kritisk reflekterende til arbejdsprocessen.

16.11.2023

Side 1 / 4

Pædagogisk og didaktisk tilgang:

Forløbet er bygget op omkring oplæg, øvelser, præsentationer og feedback fra både underviser og medstuderende (peer-feedback)

En væsentlig del af forløbet er organiseret omkring gruppearbejde, hvor de studerende skal arbejde med cases og give hinanden feedback.

Refleksiv praksislæring vil være gennemgående, idet de studerende løbende skal reflektere over undervisningens indhold og hvorledes de vil kunne anvende det lærte i kommende praktikforløb og senere jobs.

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- kende og forstå diversiteten i det danske medielandskab, journalisters arbejdsbetingelser og den redaktionelle proces
- have kendskab til, hvordan man kontakter, samarbejder og indgår aftaler med journalister, meningsdannere m.m. herunder etik

De studerende skal opnå færdigheder i:

- kunne identificere potentialet i organisations- og produkthistorier
- kunne identificere og koble konkrete medier og journalister til relevante organisations- og produkthistorier
- kunne identificere relevante meningsdannere
- kunne identificere relevante interne og eksterne kilder
- kunne planlægge og gennemføre en PR- og medieindsats

- kunne samarbejde, give og modtage feedback samt forholde sig kritisk reflekterende til egen og gruppens arbejdsproces.

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- kunne vinkle og versionere relevant PR-materiale til forskellige typer af medier og til journalister
- kunne formidle i et klart og korrekt sprog

Læremidler:

Litteratur - udleveres:

1. Falkheimer & Heide (2018): Strategic communication – an introduction. kap. 7, s. 121-130
2. Jepsen, Peter (2018): Som ringe i vandet – Strategisk PR og omdømme i en forandret medievirkelighed, s.17-33 + s. 84-89.
3. Johnston & Glenny (2021): Strategic Communication – Public relations at work: s. 117-122
4. Jacobsen, Ina E. M. (2020): Kommunikationsfagets etiske udfordring handler lige så meget om medierne, som det handler om faget i sig selv. IN KomMagasinet: ["Kommunikationsfagets etiske udfordring handler lige så meget om medierne, som det handler om faget i sig selv" • Kommagasinet](#)
5. Wedel, Sanne Opstrup: "Journalistisk autonomi i relation til PR" (2016), Tidsskriftet Journalistica nr.1, 2016, s. 53-79
6. Andersen, Regine Work & Andersen, Mette Minor (2015): Pressearbejde i praksis, s. 27-39 og s. 97-114.
7. Ritzau.dk: Sådan skriver du en perfekt pressemeddelelse, s. 1-5
8. Johnston & Glenny (2021): Strategic Communication – Public relations at work: s. 212-219 + s. 244-250
9. Hertzman, Mette & Riddersholm, Rasmus (2020): Det succesfulde nyhedsbrev. <https://www.kommunikationsforum.dk/artikler/Saadan-goer-du>
10. Hertzman, Mette (2021): Nyhedsbreve er mere end klik. <https://www.kommunikationsforum.dk/artikler/Vi-stirrer-os-blind-paa-aabninger-og-klik>
11. Mehlsen, Camilla (2020): Influencere – de nye unge mediehuse. MFI, SDU. Forskningsrapport.
12. Wellmann et. al (2020): Ethics of Authenticity: Social Media Influencers and the Production of Sponsored Content. In Journal of Media Ethics

16.11.2023

Side 2 / 4

13. Schiøler, Camilla U. (2021): Når mennesker bliver produkter. IN KomMagasinet:
[Når mennesker bliver produkter • Kommagasinet](#)
14. Sass, W. (2022): *Regeringen vil have influencere stillet for ansvar*. Artikel i
Dagbladet Information d. 15.2.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Undervisningen tager udgangspunkt i, at de studerende er aktive medspillere. Der er derfor mødepligt til undervisningstimerne og deltagelsespligt til gruppearbejde. Deltagelsespligt indebærer pligt til aktiv deltagelse i gruppearbejde samt produktion/løsning af opgaver.

Prøveform:

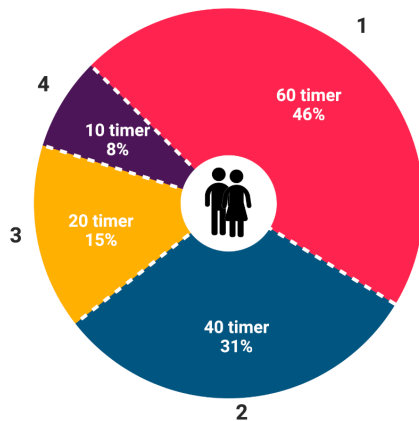
Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

PR og medierne

130 timer i alt
5 ECTS points
3 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Faglige oplæg
Øvelser
Dialog og refleksion
Feedback
Vejledning
Eksamen

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Projektopgaver
Læse litteratur

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Peerfeedback
Research

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Præsentationer

16.11.2023

Side 4 / 4