



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakultetsnämnden för humaniora och samhällsvetenskap  
Institutionen för samhällsvetenskaper

2MK221 Public Relations och opinionsbildning, 30 högskolepoäng  
Public Relations and Public Opinion, 30 credits

### Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

### Ämnesgrupp

Medie- o kommunikationsvetenskap

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2F

### Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Institutionen för samhällsvetenskaper 2009-12-10

Senast reviderad 2011-06-15

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

### Förkunskaper

1MK120 Organisationer och kommunikation 30 hp, eller motsvarande

### Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- Redogöra för etablerade teoretiska perspektiv på public relations och centrala begrepp inom området.
- Beskriva och diskutera olika public relations-verksamheter
- Undersöka och kritiskt analysera olika public relations-verksamheter.
- Tillämpa etablerade vetenskapliga metoder inom medie- och kommunikationsvetenskap.
- Planera, genomföra och avrapportera ett uppsatsprojekt inom givna tidsramar.

### Innehåll

Kursen består av fyra delkurser:

#### ***Delkurs 1 Public Relations 15 högskolepoäng***

Delkursen har sin utgångspunkt i organisationers strategiska kommunikationsarbete, med särskilt fokus på relationerna till olika intressenter i omvärlden. Public Relations uppmärksammas utifrån olika teoretiska perspektiv - men också som bransch och aktivitet.

### ***Delkurs 2 Metod 7,5 högskolepoäng***

Delkursen utgår från etablerade samhällsvetenskapliga metoder och rymmer flera tillämpade delar, i vilka studenterna samla in, bearbetar, analyserar och presenterar information.

### ***Delkurs 3 Uppsats 7,5 högskolepoäng***

Studenterna planerar och genomför ett mindre forskningsarbete, i grupp, som presenteras i uppsatsform och seminariebehandlas

### **Undervisningsformer**

Undervisningen består av föreläsningar, laborationer/tillämpade övningar, seminarier och handledning.

### **Examinationsformer**

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras genom skriftliga övningar och aktivt deltagande i gruppdiskussioner.

### **Kursvärdering**

Efter kursen genomförs en muntlig eller skriftlig utvärdering. Resultatet återkopplas till studenterna.

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

#### **Obligatorisk litteratur**

Borglund, T., De Geer, H. & Hallvarsson, M. (2009) *CSR. Hur företag tar socialt ansvar*. Stockholm. Norstedts akademiska förlag, 165 s.

Djurfeldt, G., Larsson, R. & Stjärnhagen, O. (2:a uppl. 2010) *Statistisk verktygslåda 1*. Lund: Studentlitteratur, 480 s.

Ekström, M. & Larsson, L. (2010, 2:a uppl.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur, 339 s.

Falkheimer, J. & Heide, M. (2007) *Strategisk kommunikation. En bok om organisationers relationer*. Lund: Studentlitteratur. 170 s.

Falkheimer, J., Heide, M. & Larsson, L. (2009) *Kriskommunikation*. Stockholm: Liber, 188 s.

Miller, D. & Dinan, W. (2008) *A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. London: Pluto Press, 232 s.

Olsson, A. & Öhman, S. (2009) *Risker i det moderna samhället*. Samhällsvetenskapliga perspektiv. Lund: Studentlitteratur, 290 s.

Tench, R. & Yeomans, L. (2009) *Exploring Public Relations*. (sec. ed.) Harlow, England: FT Prentice Hall, 666 s.

Kompendium, 150 s.