

**KURSBESKRIVELSE FOR RETORIKK OG DRAMATURGI**

1. Studium:	BA Reklame og Merkebygging
2. Kurs:	Retorikk og dramaturgi
3. Semester:	3. semester
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Mona Solvoll
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen krav til forkunnskaper
8. Fagbeskrivelse:	Kurset har fokus på kultur og dannelsesstradisjonen og spesielt språk, retorikk og dramaturgi. Språk og retorikk blir viktige praktisk verktøy i reklame, merkevarebygging og ledelse. Språklige og retoriske ferdigheter ligger i bunn for å gå i dybden på muntlig framstilling og formidlingsevne. Dette er også essensielt i reklame og merkevarebygging.
9. Mål:	<p>Kurset har et tredelt mål:</p> <p>Kulturell forståelse: For det første skal studentene ha kunnskap om hva kultur og kulturell endring er. De skal vite noe om hva den europeiske dannelsesstradisjonen er. De skal også ha en større forståelse av ulike språklige uttrykk, noe som skal komme dem til gode som formidlere.</p> <p>Utvidede perspektiver: For det andre har kurset som mål å lære elevene å se sammenhenger mellom ulike felt innenfor kulturen og mellom kulturen, individet og mulige læringsoverføringer mellom kultur og næringslivet. Her kan vi bare berøre temaer, men målet er at vi skal vekke kulturell appetitt hos studentene, slik at de går videre på egenhånd og skaffe seg en større kulturell horisont.</p> <p>Større ferdigheter: For det tredje skal studentene</p>

	gjennom teori og trening beherske talekunsten. De skal være tryggere i talesituasjonen, kunne fylle rommet, og være mindre avhengig av hjelpemidler. De skal ha et forhold til hva kommunikasjonen grunnleggende er, og beherske språk og metaforer bedre. Gjennom dramaturgien skal de ha lært å strukturere budskap både i skriftlig form og som grunnlag for talehandling.
10. Emneoversikt:	Hva er dannelse? Ideinnhold i den litterære kanons hovedverk Retorikk, dramaturgi og historiefortelling Narrativ metode som verktøy til å forstå samfunn, kultur og organisasjoner Idegenerering, kreativitet, innovasjon og ideoverføringer
11. Gjennomføring:	Det vil bli gitt 50 timer kontakt med foreleser i auditorium. Med kontakt med foreleser menes forelesninger i klasser og veiledning enkeltvis og i grupper. I de 50 timene ligger det også diskusjoner og aktiv bruk av cases/oppgaver både i individuelt og gruppeøymed. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider.
12. Evaluering (underveis og sluttevalueringer):	Individuell eksamen som vektet 60 % og prosjektoppgave (max 3 studenter per gruppe) som vektet 40 % av endelig karakter.
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	Hellspøng, Lennart. 1992. <i>Konsten att tala: handbok i praktisk retorikk</i> . Lund: Studentlitteratur. 386 s, kr. 415,- Schwanitz, Dietrich. 2002. <i>Dannelse: alt det du må vite</i> . Oslo: Pax. 515 s, kr. 198,- Czarniawska, Barbara. <i>Narratives in Social Science Research. Introducing Qualitative Methods</i> . London: Sage Publications. 157 s, kr. 240,-
14. Anbefalt litteratur:	Aristoteles. 1998. <i>Dramaturgien</i> . Oslo: Universitetsforlaget Aristoteles. 1998. <i>Retorikken</i> . Oslo: Pax Teten Speed Press, Berkeley, California