



KURSPLAN

Sociala medier i teori och praktik, 7,5 högskolepoäng

Social Media in Theory and Practice, 7.5 credits

Kurskod:	LSMG19	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Utbildningschef 2018-11-01	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Gäller fr.o.m.:	Våren 2019	Ämnesgrupp:	MK1
Version:	1	Fördjupning:	G1N
		Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för hur sociala medier kan förstås utifrån olika teoretiska utgångspunkter och begrepp
- förklara hur sociala medier kan användas som verktyg för extern kommunikation i offentliga och privata organisationer
- redogöra för vilka för- och nackdelar som finns med användandet av olika sociala medier som kommunikationsverktyg gentemot olika målgrupper

Färdighet och förmåga

- reflektera över sociala mediers roll som kommunikations- och marknadsföringsverktyg
- reflektera över etiska och juridiska aspekter av användningen av sociala medier
- reflektera över nödvändigheten av att utöva källkritik i användningen av sociala medier
- utveckla en kommunikationsplan där sociala medier utgör de huvudsakliga kommunikationskanalerna

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt reflektera över hur olika sociala medier lämpar sig för olika former av kommunikation och för olika målgrupper
- kritiskt reflektera över sociala mediers inverkan på det övriga samhället

Innehåll

- Teorier om sociala medier
- Sociala medier som kommunikationsverktyg i organisationer
- Juridiska och etiska aspekter på sociala medier
- Källkritik
- Utformning av kommunikationsplan

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans i form av inspelade föreläsningar, samt webbaserade seminarier

och övningar individuellt och/eller i grupp.

I kursen används digital lärplattform, exempelvis PingPong.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning/ handledning under den tid som angavs för det kurstillfälle som sökande blivit antagen till. Därefter upphör rätten till undervisning/handledning.

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Undervisning och kurslitteratur utgör grund för examination.

Kursen examineras genom en individuell skriftlig tentamen och en individuell skriftlig inlämningsuppgift.

För bedömning ska underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas. Mer information kring bedömning av enskilda lärandemål och kriterier för betygssättning tillhandahålls i studieranvisningar vid kursstart.

För kursbetyget Godkänd krävs Godkänd på samtliga examinationer. För kursbetyget Väl Godkänd krävs betyget Väl Godkänd på den individuella skriftliga inlämningsuppgiften och Godkänd på den individuella skriftliga tentamen.

En student garanteras minst tre provtillfällen, inklusive ordinarie provtillfälle, för aktuellt kurstillfälle.

Efter att ha blivit underkänd vid examination på samma moment tre gånger har student rätt att på begäran, om möjligt, få därpå följande examination bedömd och betygsatt av ny examinator. Beslut om byte av examinator fattas av utbildningschef. En student som fått godkänt betyg på ett examinationsmoment kan inte examineras igen för att höja betyget.

Om en kurs upphör eller ändras väsentligt erbjuds examination enligt den förutvarande kursplanen vid minst två tillfällen inom ett år efter beslutet.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Individuell skriftlig tentamen	2,5 hp	U/G

Individuell skriftlig inlämningsuppgift	5 hp	U/G/VG
---	------	--------

Kursvärdering

Uppföljning av undervisning sker fortlöpande under kursen. Kursvärdering sker vid kursens slut. Kursvärderingen sammanställs och kommenteras av den kursansvarige läraren och om möjligt studentrepresentant/er (kursutvecklare), publiceras på lärplattform samt lämnas till utbildningsadministrationen. Kursvärderingen ska ligga till grund för kommande kursplanering.

Kurslitteratur

Berglez, Peter (2016). Few-to-many communication: Public figures' self-promotion on Twitter through 'joint performances' in small networked constellations. *Annales. Series Historia et Sociologia*, 26(1), 171-184. 14 s. [dx.doi.org/10.19233/ASHS.2016.15](https://doi.org/10.19233/ASHS.2016.15)

Berglez, Peter (2016). Smileys Without Borders: A Critique of Transboundary Inter-action between Politicians, Journalists and PR Practitioners on Social Media. *tripleC* 16(1), 18-34. 17 s.

Fürst, Stefan & Siggelin, Lasse (2013). *Marknadsföring*. Malmö: Gleerups. 432 s.

Olsson, Tobias (Red.). (2017). *Sociala medier - vetenskapliga perspektiv*. Malmö: Gleerups. 149 s.

Truedson, Lars (Red.). (2018). *Fejk, filter och faktaresistens - hotar sociala medier demokratin?* Stockholm: Institutet för mediestudier. 172 s. (distribueras som e-bok)

Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela & Ohlsson, Jonas (2018). *Det svenska medielandskapet: Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber. 314 s.

Referenslitteratur

Leigert, Lena (2013). *Marknadsföring och kommunikation i sociala medier*. Värnamo: Kreafor. 160 s.

Artiklar och kapitelutdrag om ca 50 sidor kan tillkomma.

Litteraturreferenser – så skriver du

<http://ju.se/bibliotek/sok---skrivhjalp/litteraturreferenser---sa-skriver-du.html>

Interaktiva antiplagiatguiden

Informationsmaterial om plagiat på högskolor och universitet

<http://pingpong.hj.se/public/courseId/10128/publicPage.do>

Finns även i kursens aktivitet på lärplattformen PingPong.