



Kursplan för:

Medie- och kommunikationsvetenskap GR (B), Strategisk kommunikation i sociala medier, 7,5 hp

Media and Communication Science BA (B), Public Relations in Social Media, 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	MK056G
Ämne/huvudområde	Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå	Grundnivå
Progression	(B)
Inriktning (namn)	Strategisk kommunikation i sociala medier
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	G2F , Kursen ligger på grundnivå och fordrar minst 60 hp kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Övrigt 100%
Ansvarig avdelning	Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap
Inrättad	2011-09-14
Fastställd	2011-09-23
Senast reviderad	2015-12-01
Giltig fr.o.m	2016-01-18

Syfte

Syftet med kursen är att ge kunskaper om hur det ökande användandet av sociala medier påverkar strategisk kommunikation. Kursen ger kunskap om hur organisationer och intressenter arbetar med sociala medier i sin strategiska kommunikation.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna

- identifiera hur strategisk kommunikation påverkats av sociala mediers framväxt vid sidan av traditionella massmedier
- beskriva och ge exempel på hur sociala medier kan användas av organisationer och intressenter inom marknadskommunikation, politisk kommunikation och internkommunikation

Innehåll

I kursen behandlas och diskuteras användandet av sociala medier i den strategiska kommunikationen inom marknadskommunikation, politisk kommunikation och internkommunikation. Kursen belyser betydelsen av de sociala mediernas framväxt för bransch och forskning inom strategisk kommunikation.

Behörighet

Medie- och kommunikationsvetenskap GR (B), Strategisk kommunikation, 7,5 hp.

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Undervisning

Undervisningen sker enbart via nätbaserade moment. För genomförande av kursen krävs tillgång till dator med internetuppkoppling.

Examination

Kursen examineras genom individuella skriftliga uppgifter.

Betygskriterier för ämnet finns på www.miun.se/betygskriterier.

Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare/red:	Argenti P A
Titel:	Digital Strategies for Powerful Corporate Communications
Upplaga:	2009
Förlag:	McGraw-Hill Professional
Kommentar:	288 sidor

Författare/red: Coombs, W. T., Falkheimer, J., Heide, M., och Young, P.
Titel: Strategic Communication, Social Media and Democracy - The challenge of the digital natives
Upplaga: 2015
Förlag: Routledge
Kommentar: 188 sidor. Boken finns som E-bok

Författare: Gilpin, Dawn
Artikeltitel: Organizational Image Construction in a Fragmented Online Media Environment
Tidskrift Journal of Public Relations Research
År/Volym/nr/sidor: 2010, 22(3), 265–287
Kommentar: 22 sidor

Författare/red: Lundgren L, Strandh K, Johansson C
Titel: De sociala intranätens praxis. Användning nytta och framgångsfaktorer
Upplaga: 2012
Kommentar: 53 sidor. DEMICOM rapport nr 5. Rapporten kan laddas ner på <http://www.miun.se/demicom/demicomsrapportserie>

Författare/red: Olsson, T
Titel: Producing the Internet – Critical Perspectives of Social Media
Upplaga: 2013
Förlag: Nordicom
Kommentar: 259 sidor. Bokens tryckta upplaga är slut och kan laddas ner från internet: <http://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/producing-internet>

Författare: Ragas, M W, Laskin, A. V, & Bruschi, M
Artikeltitel: Investor relations measurement: An industry survey
Tidskrift Journal of Communication Management
År/Volym/nr/sidor: 2014, 18(2), 176-192
Kommentar: 16 sidor

Författare/red: Stakston, B
Titel: Gilla! Dela Engagemang, Passion och Idéer via Sociala Medier
Upplaga: 2011
Förlag: Idealistas Förlag
Kommentar: 160 sidor

Författare: Wright, Donald K. & Hinson, Michelle D.
Artikeltitel: An Updated Examination of Social and Emerging Media Use in Public Relations Practice: A Longitudinal Analysis Between 2006 and 2014
Tidskrift Public Relations Journal
År/Volym/nr/sidor: 2014, 8(2)
Webbadress: Artikeln kan laddas ner på sidan: <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol8/No2/#.VliDAXuq0yJ>
Kommentar: 35 sidor. Artikeln kan laddas ner på sidan: <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol8/No2/#.VliDAXuq0yJ>

Övrig information

Att plagiera är inte tillåtet och kommer att resultera i att anmälan lämnas till rektor.