



Kursplan

Fakulteten för teknik

Institutionen för datavetenskap och medieteknik

1ME111 Sociala medier, 7,5 högskolepoäng

Social media, 7.5 credits

Huvudområde

Medieteknik

Ämnesgrupp

Medieproduktion

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2010-12-10

Senast reviderad 2018-04-23 av Fakulteten för teknik. Borttagning av ECTS-betyg.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2018

Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

Mål

Sociala medier är ett begrepp för social interaktion, som även ska vara lättillgängligt och bygga på webbaserad kommunikation där medskapande är en viktig del.

Efter avslutad kurs förväntas studenten:

- Kunna redogöra för och använda olika sociala tjänster
- Kunna bidra med eget användargenererat material till olika sociala tjänster
- Förklara hur företag kan arbeta med sin social närvaro
- Redogöra för komplexiteten vad gäller personlig integritet, säkerhet och källkritik
- Redogöra för sociala mediers påverkan på samhället
- Kunna redogöra för sin egen privata och yrkesmässiga roll i sociala medier.

Innehåll

Kursen består av följande moment

- ge en översikt över sociala medier
- prova på att använda ett antal olika sociala tjänster
- se hur olika gruppers medievanor ser ut.
- diskussion om begreppet Integritet och säkerhet
- förstå innebörden av vilka mekanismer som styr E-handel.

Undervisningsformer

Huvuddelen av kommunikationen sker via lärplattformar över Internet. Laborativa moment genomförs självständigt eller i grupp. Även seminarier och rapporter kan vara en del av examinationen. Deltagande i vissa nätbaserade moment är obligatoriskt. Kursen kan ha en obligatorisk träff i Växjö

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd. Kursen examinationsformer är inlämningsuppgifter, seminarier och tentor över Internet, projektarbeten som görs både individuellt och i grupp.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt. Den sammanställda rapporten arkiveras.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

AAKER, J. L. and SMITH, A., C. (2010). *The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways to Use Social Media to Drive Social Change*. San Francisco: Jossey-Bass.

FUCHS, C. (2014) *Social Media : a Critical Introduction*. London: SAGE.

NYBERG, A-K, and WIBERG, M. (2014). *Sociala medier & härskartekniker*. Lund: Studentlitteratur.

Referenslitteratur

CARRIGAN, M. (2016). *Social Media for Academics*. London: SAGE.

EDMAR, M. (2015). *Internatpublicering och sociala medier. En juridisk vägledning*. Stockholm: Norstedts Juridik.

GIACCARDI, E. (2012) *Heritage and Social Media. Understanding Heritage in a Participatory Culture*. London: Routledge.

SVERIGES RADIO: *Sociala medier - en handbok för journalister. v 2.0*. Kan laddas ned gratis från:

http://sverigesradio.se/press/bilder/SocialaMedierhandboken_v2_Sveriges_Radio.pdf