



## Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för medier och journalistik

1MK147 Media Management, 7,5 högskolepoäng

Media Management, 7.5 credits

### Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

### Ämnesgrupp

Medie- och kommunikationsvetenskap

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2016-11-23

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2017

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2 eller Engelska B, Samhällskunskap A (Områdesbehörighet 6/A6). Medie- och kommunikationsvetenskap 1-30 eller motsvarande.

## Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redogöra för mediebranschens villkor,
- redogöra för mångfalds- och jämställdhetsaspekter vid medieföretagande,
- identifiera utmaningar relaterade till media management utifrån aktuell branschstatistik,
- kommunicera idéer om lösningar till aktuella problem i mediebranschen,
- formulera vetenskapliga problemställningar med utgångspunkt i aktuell teoribildning inom forskningsområdet media management.

## Innehåll

I kursen förs en diskussion om mediebranschens villkor och strukturer med avseende på ekonomi, juridik, etik, teknologi och publik. Vidare ges en överblick av forskningsområdet Media management och dess centrala begrepp, frågeställningar och teorier. Under kursen förväntas studenten identifiera utmaningar på managementnivå utifrån aktuell branchstatistik, samt utifrån detta, via obligatorisk muntlig redovisning, kommunicera möjliga lösningar för den identifierade problematiken.

## Undervisningsformer

Undervisning sker genom föreläsningar, seminarier och handledning.

## EXAMINATION

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

För betyget Godkänd ska kursens mål vara uppnådda. Betyget A är det högsta betyget på skalan och betyget E är det lägsta betyget som ger ett godkänt betyg. Betyget F innebär att studenten är underkänd. Betygskriterier för A–F finns angivna i ett separat dokument och kommuniceras till studenten senast vid kursstarten.

Examination sker genom inlämningsuppgifter och muntlig redovisning.

Studierande som inte godkänts vid ordinarie examinationstillfälle ges möjlighet till omexamination i enlighet med universitetets lokala regler.

## 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. Kursvärderingen arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

Aris, A. & Bughin, J. (Senaste upplaga) *Managing Media Companies: Harnessing Creative Value*. West Sussex: Wiley. 384 sid.

Andervin, M. & Jansson, J. (Senaste upplaga) *Att leda Digital Transformation*. Helsingborg: HOI förlag. 180 sid.

Küng, L. (Senaste upplaga) *Strategic Management in the Media: Theory to Practice*. London: Sage. 248 sid.

*Medie-Sverige*. Nordicom-Sverige: Göteborgs Universitet. (Senaste upplaga)

SOU: 2016:30, *Jakten på den försvunna affärsmodellen* (Jonas Olsson, Göteborgs Universitet 211-236)

Vetenskapliga artiklar: ca 200 sidor. Väljes i samråd med kursens lärarlag.