



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för medier och journalistik

1MP607 Publicera i digitala medier, 15 högskolepoäng

Publish in Digital Media, 15 credits

Ämnesgrupp

Medieproduktion

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2020-11-23

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2021

Förkunskaper

Minst 45 hp inom Mediekreatörprogrammet (MGMKP) eller motsvarande.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- producera och tekniskt gestalta digitala medieproduktioner för webb, sociala medier och appar, som uppvisar ändamålsenlig design,
- planera, producera och tekniskt gestalta en reklam- eller informationskampanj med fokus på publicering i digitala medier,
- självständigt inhämta kunskap och presentera ett tydligt avgränsat område inom digital medieproduktion,
- redogöra för och motivera gestaltungs- och produktionstekniska val i samband med olika typer av produktionsprocesser riktade mot webb, social medier och appar,
- dokumentera sin individuella kreativa medieproduktionsprocess via en processjournal baserad på workbookmetoden.

Innehåll

Kursen behandlar området medieproduktion i digitala kanaler med hjälp av tekniska standarder för moderna sidbeskrivningsspråk, verktyg för kreativ medieproduktion samt publicering via sociala medier och andra digitala publiceringstjänster. Detta inkluderar områdets verktyg, begrepp, teorier och arbetsmetoder. Kursen innehåller tekniskt gestaltande arbete och produktion av digitalt medieinnehåll i form av text, bild, video och audio, riktat mot webbplatser, sociala medier och appar. Kursen introducerar informationsarkitektur, användbarhet och tillgänglighet. Vidare avhandlar kursen även arbete med digitala reklam- och informationskampanjer samt en individuell kunskapsinhämtning inom ett eget valt område inom digital medieproduktion. Kursen innehåller tre olika huvudmoment som vart och ett fokuserar på olika aspekter av ämnesområdet:

- Individuellt medieproduktionsarbete, med hjälp av gestaltningstekniska verktyg och tjänster med syfte att publicera sig via digitala kanaler som webb, sociala medier eller appar, inklusive områdets verktyg, begrepp, teorier, metoder och arbetsflöden.
- Teambaserat arbete med reklam- eller informationskampanj för digitala kanaler, i samverkan med extern uppdragsgivare, inklusive områdets verktyg, begrepp, teorier, metoder och arbetsflöden.
- Individuell kunskapsinhämtning inom ett tydligt avgränsat område av digital medieproduktion, inklusive det valda områdets verktyg, begrepp, teorier, metoder, och arbetsflöden.

I kursen används workbookmetoden som processjournal och som metod för dokumentation och kritisk reflektion över det egna gestaltande arbetet i medieproduktion.

Undervisningsformer

Undervisningen sker genom föreläsningar, övningar, gestaltande arbete och handledning.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget Godkänd ska kursens mål vara uppnådda. Betygskriterier för betyget Väl godkänd meddelas skriftligen vid kursstart.

Examination sker via inlämningsuppgifter som presenteras i samband med de olika uppgifternas seminarium, samt processjournal i form av workbook.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt. Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Arvola, Mattias (senaste upplagan). *Interaktionsdesign och UX: om att skapa en god användarupplevelse*. Lund: Studentlitteratur. 264 s.

Rosén, Mikael (senaste upplagan). *Skriva för att övertyga*. Stockholm: Sanoma Utbildning. 300 s.

Ström, Roger & Vendel, Martin (senaste upplagan). *Digital marknadsföring*. Stockholm: Sanoma Utbildning. 237 s.

Annat elektronisk tillgängligt material inklusive vetenskapliga artiklar tillkommer (cirka

100 sidor) och dessutom tillkommer egen vald litteratur i samråd med kursansvarig (ca 300 sidor).