



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för humaniora och samhällsvetenskap
Institutionen för samhällsvetenskaper

2MK301 Teori och metod, 15 högskolepoäng

Communication Theory and Methodology, 15 credits

Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

Ämnesgrupp

Medie- o kommunikationsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-22

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

60 hp i medie- och kommunikationsvetenskap

Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs ska studenten tillägnat sig ett vetenskapligt förhållningssätt till kommunikationsteorier och forskningsmetod, och ett källkritiskt och analytiskt förhållningssätt vid informationsbearbetning. Vidare skall studenten ha djupare kunskaper om såväl kvalitativ som kvantitativ metod och ha förmåga att med stöd i litteratur och forskning kunna kritiskt granska och jämföra olika teoretiska ansatser. Dessutom ska studenten självständigt kunna applicera såväl teorier som metoder i planering och genomförande av vetenskapliga undersökningar samt kunna presentera insamlade och bearbetade data genom akademisk rapportskrivning.

Innehåll

Kursen ger fördjupade kunskaper om kommunikationsteorier och ökad förståelse för de uppgifter som ledare inom medieföretag ställs inför och för mediernas roll i samhället.

Teori och metod studeras för en kandidatuppsats inom Media Management med inriktning mot framtida yrkesverksamhet.

Kursen ska lägga grunden till forskarutbildning och forskningsarbete genom att kommunikationsteorier och olika teoretiska ansatser jämförs och granskas kritiskt. Teoribildningen ställs i relation till samhälls- och beteendevetenskapliga forskningsmetoder.

Medieföretagens speciella roll i samhället jämfört med andra företag betonas. Ledningsfrågorna står i centrum. Samhällsförändringar belyses med hjälp av bl a teorier om innovationsförlopp.

Undervisningsformer

Undervisning sker i integration mellan teori och praktik genom, föreläsningar seminarier, laborationer och övningar. För Media management-programmets räkning bör laborationer, när så är möjligt, genomföras i projektform riktat mot studenternas respektive fadderföretag.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd. För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda.

Student vid Linnéuniversitetet har rätt att få sitt betyg för kurs översatt till den sjugradiga ECTS-skalan. För att få sitt betyg översatt ska studenten lämna en begäran om detta till läraren vid kursstart.

Examination sker genom aktivt deltagande i seminarier, tentamen, laborationer och övningar. Examination kan förekomma såväl enskilt som i grupp.

Omexamination erbjuds inom sex veckor inom ramen för ordinarie terminstider. Antalet examinationstillfällen är begränsat till fem gånger.

Kursvärdering

I slutet av kursen genomförs en kursvärdering enligt Linnéuniversitetets riktlinjer. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport vilken arkiveras hos institutionens administratör samt tas upp i programrådet. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Albarran, Alan B., Chan-Olmsted, Sylvia M. & Wirth, Michael O. (2006): *Handbook of Media Management and Economics*. London: Lawrence Erlbaum.

Deacon, D., Pickering, M., Golding, P. & Murdock, G. (1999). *Researching Communications*

A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Studies. London: Arnold.

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

McQuail, D. (senaste upplagan). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.

Rogers, E.M. (senaste upplagan). *Diffusion of Innovations*. Free Press.

Storey, John (1999) *Cultural Consumption and Everyday Life*. London: Hodder Education.

Anvisade artiklar ur vetenskapliga tidskrifter

Kompendiematerial, bland annat ur *The International Journal on Media Management, Journal of Media Economics och Journal of Media Business Studies*.

Referenslitteratur

Alexander, A. et al (eds). (2004). *Media Economics. Theory and Practice*. London: Lawrence Erlbaum.

Bryant, J. & Zillman, D. (1986). *Media Effects*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Ass. Backman

Croteau, D. & Hoynes, W. (2001). *The Business of Media*. Thousand Oaks, CA. Pine Forge Press.

Dahlgren, P. (red). (2002) *Internet, medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.

Holmes, D. (red). (1997). *Virtual Politics*. London: Sage.

dal Zotto, C. (ed). (2005). *Growth and Dynamics of Maturing Media Companies*.
Jönköping: *Media Management and Transformation Centre*.

Övriga läromedel

Backman, Jarl (1999) *Rapporter och uppsatser*. Studentlitteratur

Raam-Inghult, Eva (Senaste upplagan) *Svenska Skrivregler*.

SAOL eller likvärdig ordlista

Med reservation för ändringar i litteraturförteckningen.