



## Informationsprodukter

### Information Products

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** 32SIP1

**Version:** 4.0

**Fastställd av:** Utbildningsutskottet 2015-02-25

**Gäller från:** HT 2015

**Nivå:** Avancerad nivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Biblioteks- och informationsvetenskap (A1N)

**Utbildningsområde:** Övrigt

**Ämnesgrupp:** Biblioteks- och informationsvetenskap

**Förkunskapskrav:** Kandidatexamen.

**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll

Kursen problematiserar begreppet informationsprodukter och dess strategiska roll i olika kontexter i en organisation. I kursen ingår att analysera text och bild utifrån ett övergripande sammanhang. Studenterna ska också få en ökad förståelse för olika målgruppers betydelse för innehåll.

Hållbarhet i relation till informationsprodukter och kommunikatörens yrkesroll examineras på seminarium och i en skriftlig inlämningsuppgift. Studenterna ska tillämpa tillägnad kunskap om hållbarhet även vid analys av informationsprodukter.

### Mål

Efter genomgången kurs ska studenten:

#### med avseende på *kunskap och förståelse*

- kunna analysera och problematisera informationsprodukters roll, multifunktionalitet, skapande och förvaltning i en organisation.

#### med avseende på *färdighet och förmåga*

- kunna utvärdera informationsprodukter i en organisation med hänsyn till hållbarhet, målgrupp, kontext och budskap.

#### med avseende på *värderingsförmåga och förhållningssätt*

- kritiskt och självständigt kunna reflektera och problematisera hur informations- och kommunikationsansvariga kan bidra till hållbarhet i sin yrkesutövning ur olika perspektiv (ekonomiska, sociala, miljömässiga och kulturella).
- kunna analysera och diskutera hur organisationer kan arbeta med problematiken kring hållbarhet och Corporate Social Responsibility samt hur denna kunskap kan göra organisationer mer resilienta, dvs såväl stabila som anpassningsbara.

### Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av seminarier, föreläsningar och övningar.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

### Examinationsformer

Kursen examineras genom inlämningsuppgifter, seminarier och projektarbeten.

Seminarier kan ersättas med annan i kursplanen angiven examinationsform om studenten underkänts på seminarium eller inte varit närvarande vid seminarium under kursens gång.

Då kursplanen ändras kommer student som önskar slutföra rester från ett kurstillfälle att examineras utifrån kursens nya innehåll och upplägg. Då kursen har upphört kan student som önskar slutföra rester följa hela eller delar av annan likvärdig kurs. (Detta är i enlighet med prefektbeslut, Dnr 516-13, av den 11 juni 2013.)

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Nolin, Jan. (2010). Sustainable Information and Information Science. Information Research, 15 (2), paper 341. (20 s.)

Orna, Elizabeth (2005). Making Knowledge visible. Aldershot: Gower, (212 s.)

Orna, Elizabeth. (2007). Collaboration between library and information science and information design disciplines. On what? Why? Potential benefits? Information Research, 12(4). (18 s.)

Ottosson, Mikael och Parment, Anders (2013). Hållbar marknadsföring: hur sociala, miljömässiga och ekonomiska hänsynstaganden kan bidra till hållbara företag och marknader. Stockholm: Studentlitteratur. ( 255 s.)

### **Studentinflytande och utvärdering**

Studenternas synpunkter på kursen ska systematiskt och regelbundet inhämtas i muntlig och/eller skriftlig form. Studenterna ska delges resultatet av utvärderingen. Resultaten av utvärderingarna ska ligga till grund för kursens vidare utveckling. Se vidare Policy för kursutvärdering, Högskolan i Borås 2005-06-07, dnr 56-02-10.

### **Övrigt**

Kursen ingår i magisterprogrammet Strategisk information och kommunikation. Examinationsuppgifter utförs i en kontaktorganisation.