



Design för marknadsföring och kommunikation

Design for Marketing and Communication

15 högskolepoäng

15 credits

Ladokkod: C3FDE1

Version: 3.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom bibliotek, information och IT 2020-03-25

Gäller från: HT 2020

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Medie- och kommunikationsvetenskap (G2F)

Utbildningsområde: Övrigt

Ämnesgrupp: Medie- o kommunikationsvetenskap

Förkunskapskrav: Minst 60 hp inom informationsarkitektur eller biblioteks- och informationsvetenskap.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Syftet med kursen är att introducera teorier, strategier och tekniker för marknadsföring i sociala medier. Studenterna utvecklar därigenom teoretisk förståelse och förmåga att analysera marknadsföringsstrategier. I kursen får studenterna utveckla och implementera ett marknadsföringskoncept i sociala medier för en verklig kund.

Kursen innehåller:

- Marknadsföring och innehållsstrategier för sociala medier
- Storytelling och personautveckling
- Visuellt kommunikation
- User experience (UX)

Mål

Efter genomgången kurs skall studenten kunna, med avseende på,

Kunskap och förståelse

- 1.1 Redogöra för centrala begrepp, teorier, tekniker och strategier inom marknadsföring och visuellt kommunikation
- 1.2 Uppvisa förståelse för sociala medier och andra digitala kanalers betydelse för strategisk marknadsföring och kommunikation

Färdighet och förmåga

- 2.1 Utveckla innehållsstrategier och genomföra storytelling-koncept
- 2.2 Analysera och utvärdera kanaler för marknadsföring
- 2.3 Utveckla digitalt portfolio
- 2.4 Utveckla social mediestrategi för kommunikation och marknadsföring

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 Värdera marknadsföringsstrategier och kommunikation i sociala medier

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av föreläsningar, workshops, seminarier och handledning.

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

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Seminarium 1: Storytelling och persona

Lärandemål: 1.1, 2.1, 2.3

Högskolepoäng: 2

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

- Seminarium 2: Marknadsföringsplattform

Lärandemål: 1.1, 2.1, 2.2, 2.3

Högskolepoäng: 2

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

- Seminarium 3: Marknadsföringskoncept

Lärandemål: 2.3, 2.4, 3.1

Högskolepoäng: 2

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

- Inlämningsuppgift 1: Marknadsföringsplattform

Lärandemål: 1.2, 2.2, 2.4

Högskolepoäng: 4

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

- Inlämningsuppgift 2: Projektarbete

Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.4, 3.1

Högskolepoäng: 5

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

För betyget Godkänd på hel kurs krävs minst godkänt betyg på samtliga moment. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs Väl Godkänd på Inlämningsuppgift 1 och 2, samt Godkänd på de övriga momenten.

Examinator kan besluta att seminariet kan ersättas med skriftlig inlämningsuppgift 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.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Davis, M. & Hunt, J. (2017). Visual communication design: an introduction to design concepts in everyday experience. New York: Bloomsbury Visual Arts. (220 s.)

Lupton, E. (2017). Design is storytelling. New York, NY: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum. (160 s.)

Macarthy, A. (2018). 500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, YouTube, Snapch. Independently Published. (243 s.)

Tuten, T. L. & Solomon, M. R. (2015). Social media marketing. (2. ed.) London: SAGE. (332 s.)

Totalt antal sidor, ca 955.

Ytterligare litteratur kan tillkomma enligt lärares anvisningar (ca 100 s.).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan

nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram. Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ges som en fristående kurs.

Delar av kursen sker i samarbete med den fristående kursen Digital portfolio för designers (15 hp).