



Textproduktion 3

Text Production 3

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 31KTX3

Version: 4.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom bibliotek, information och IT 2017-09-26

Gäller från: VT 2018

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Medie- och kommunikationsvetenskap (G1F)

Utbildningsområde: Övrigt

Ämnesgrupp: Medie- o kommunikationsvetenskap

Förkunskapskrav: Följande kurser med minst godkänt resultat: Textproduktion 1 (31KTP1, 31KTX1), Textproduktion 2 (31KTP2, 31KTX2).

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Dagens medielandskap är under snabb förändring vilket ställer ökade krav på ett kritiskt förhållningssätt och forskningsförankrad kunskap. Samtidigt krävs färdigheter och kompetenser för att kunna utnyttja de nya distributionskanalerna på ett etiskt och socialt försvarbart sätt. Kursen innebär både teoretisk och praktisk fördjupning i textproduktion och omfattar:

- Flerkanalspublicering
- Kommunikation i sociala medier
- Värdebaserad textproduktion
- Medborgarjournalistik
- Digital storytelling
- Källkritik
- Vetenskapligt skrivande

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna, med avseende på,

Kunskap och förståelse

- 1.1 Identifiera och ge exempel på lagstiftning och regelverk av relevans för en professionskontext i webbaserade informationsmiljöer.
- 1.2 Visa en fördjupad kunskap om hållbarhetsaspekter vid textproduktion.
- 1.3 Formulera och analysera en problemställning i relation till textproduktion i medier med utgångspunkt i tillämplig forskning.

Färdighet och förmåga

- 2.1 Självständigt kunna producera värdebaserade texter i kommersiella och andra sammanhang.
- 2.2 Strategiskt använda olika distributionskanaler för ett särskilt syfte.
- 2.3 Självständigt författa ett akademiskt paper kring en textproduktionsrelaterad problemställning.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 Föra ett reflekterande och forskningsförankrat resonemang kring värdebaserade grunder för textproduktion.
- 3.2 Göra adekvata bedömningar av kommersiella och andra hänsynstaganden vid textproduktion, utifrån ett kritiskt förhållningssätt.
- 3.3 Analysera och kritiskt reflektera kring etiska och sociala aspekter vid flerkanalspublicering med förankring i relevant forskning.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av inlämningsuppgifter, seminarier, föreläsningar, övningar, grupparbeten och handledning.

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

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Uppgift 1: Flerkanalspublicering, Etik & Hållbarhet

Lärandemål 1.1, 1.2 och 3.3

Högskolepoäng: 2,0

Betygskala: Underkänt eller Godkänt

- Seminarium

Lärandemål 1.2 och 3.1

Högskolepoäng: 0,5

Betygskala: Underkänt eller Godkänt

- Uppgift 2: Värdebaserad text för flerkanalspublicering

Lärandemål 2.1, 2.2, 3.1 och 3.2

Högskolepoäng: 1,5

Betygskala: Underkänt, Godkänt eller Väl godkänt

- Paper

Lärandemål 1.3 och 2.3

Högskolepoäng: 3,5

Betygskala: Underkänt, Godkänt eller Väl godkänt

För Godkänt betyg på hel kurs krävs minst godkänt betyg på samtliga examinationsmoment. För betyget Väl godkänt på hel kurs krävs dessutom betyget Väl godkänt på examinationsmomentet *Paper* och examinationsmomentet *Värdebaserad text för flerkanalspublicering*.

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.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Kurslitteraturen är på svenska och engelska.

Holt, D. & Barkemeyer, R. (2012). Media coverage of sustainable development issues – attention cycles or punctuated equilibrium? *Sustainable Development*, 20(1) 1-17.

Kumar V. (2010). A Customer Lifetime Value-Based Approach to Marketing in the Multichannel, Multimedia Retailing Environment. *Journal of Interactive Marketing*, 24(2), 71-85.

Moon, S., Park, Y. & Seog Kim, Y. (2014). The impact of text product reviews on sales. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2176-2197.

Nygren, G. & Wadbring, I. (red.) (2013). På väg mot medievärlden 2020: journalistik, teknik, marknad. (5., [omarb.] uppl.) Lund: Studentlitteratur. (389 s.)

Rockley, A. (2004). Don't start with technology. *Transform Magazine*, 13(07), 7.

Yahaya, W. (2014). New Media and Digital Storytelling: Mobile Stories. *International Proceedings of Economics Development and Research*, 77, 30-33.

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 ingår i programmet Webbredaktör 180 hp.