



Marknadsföring och kommunikation för folkbibliotek Marketing and Communication for Public Libraries

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: C3FMF1

Version: 3.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom bibliotek, information och IT 2020-03-17

Gäller från: HT 2020

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Medie- och kommunikationsvetenskap (G1N)

Utbildningsområde: Övrigt

Ämnesgrupp: Medie- o kommunikationsvetenskap

Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen vänder sig till yrkesverksamma bibliotekarier som vill utveckla eller fördjupa sina kunskaper inom marknadsföring utifrån ett vetenskapligt förhållningsätt. I kursen presenteras centrala begrepp, teorier, tekniker och strategier för marknadsföring och kommunikation.

Kursen fokuserar på hur personal vid folkbibliotek kan arbeta med sociala medier som primär kanal för marknadsföring och kommunikation. Olika digitala tekniker för skapande och publicering av produkter med högt synlighets- och marknadsföringsvärde presenteras.

Kursen lägger vikt vid kontinuerligt erfarenhetsutbyte och tar upp hur vetenskapliga metoder, teorier samt tidigare forskning kan användas som stöd i arbetet med marknadsföring vid folkbibliotek.

Deltagarna arbetar under kursen i nära samspel med en biblioteksorganisation med att planera, genomföra och utvärdera en marknadsföringsstrategi, ett utvecklingsarbete. Deltagarna får stöd i att inta ett vetenskapligt förhållningssätt genom föreläsningar och handledning i teori, metod och forskningsetik.

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 kommunikation i sociala medier.
- 1.2 Förklara sociala mediernas och andra digitala plattformars betydelse för strategisk marknadsföring och kommunikation.
- 1.3 Beskriva folkbibliotekens villkor och förutsättningar för marknadsföring och kommunikation i sociala medier och andra digitala plattformar.

Färdighet och förmåga

- 2.1 Självständigt identifiera och avgränsa marknadsföringsarbete på ett tänkt folkbibliotek.
- 2.2 Söka, samla och värdera biblioteks- och informationsvetenskaplig forskning av relevans för marknadsföringsarbete på bibliotek
- 2.3 Identifiera och utveckla en marknadsföringsstrategi för ett tänkt folkbibliotek samt ett exempel på ett marknadsföringstillfälle i form av en digital produkt.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 Söka och värdera information om marknadsföring och kommunikation för folkbibliotek med inriktning mot sociala medier och andra digitala plattformar.

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av:

- föreläsningar
- workshops
- seminarium
- handledning

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

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Skriftlig inlämningsuppgift 1: Målgruppsprofilering

Lärandemål: 1.3, 3.1

Högskolepoäng: 1.5

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

- Seminarium: Marknadsföring och kommunikation i sociala medier

Lärandemål: 1.1, 1.2

Högskolepoäng: 1.5

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

- Skriftlig inlämningsuppgift 2: Marknadsföringsstrategi för ett folkbibliotek samt en digital produkt

Lärandemål: 2.1, 2.2, 2.3

Högskolepoäng: 4.5

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

För betyget Godkänd på hel kurs krävs minst godkänt betyg på samtliga moment. För betyget Väl Godkänd krävs dessutom Väl Godkänd på Skriftlig inlämningsuppgift 1 samt Väl Godkänd på Skriftlig inlämningsuppgift 2.

Examinator kan besluta att seminariet kan ersättas med skriftlig inlämningsuppgift om studenten underkänts på seminariet, eller inte varit närvarande vid seminariet 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

van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Social media and the transformation of public space. *Social Media+ Society*, 1(2). (5 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Namjoo, C. & Soohyung, J. (2018). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*, (16 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Sanchez, M. & Van Stralendorff, C. (2018). Developing Marketing Strategies for Public Libraries. *Marketing Libraries Journal*, 2(1), 31-38. (7 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Soohyung, J. et. al. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6). (16 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Tuten, T.L. & Solomon, M.R. (2018). *Social media marketing*. (3. ed.) London: SAGE. (332 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Utter, M. (2019). *Syns vi? Hörs vi?: nå genom bruset och marknadsför biblioteket*. Lund: BTJ förlag. (119 s.)

Totalt antal sidor: 495 s. Till den obligatoriska kurslitteraturen tillkommer egensökt litteratur om 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.