HÖGSKOLAN I BORÅS

Marknadsföring i sociala medier: innehållsproduktion

Social Media Marketing: Producing Content

15 högskolepoäng
15 credits

Ladokkod: C3FMI1
Revision: 3.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom bibliotek, information och IT 2022-09-05
Gäller från: VT 2023

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Informationsvetenskap (G1N)
Utbildningsområde: Naturvetenskap 50%, Samhällsvetenskap 50%
Ämnesgrupp: Biblioteks- och informationsvetenskap
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Syftet med kursen är att introducera koncept, strategier, principer, teorier och tekniker för produktion av innehåll, riktat mot sociala medier. Studenterna utvecklar därigenom praktiskt förmåga och teoretiska kunskaper i att utveckla olika typer av innehåll anpassat för specifika ändamål, för olika kanaler och marknadssegment, och med ett starkt attraktions- och marknadsföringsvärde.

Kursen innehåller:

- Visuell och multimodal kommunikation
- Marknadssegmentering och målgruppsprofilering
- Textproduktion, och samspel mellan text och bild
- Komposition, layout och typografi
- Animering, bild, grafik, film och ljud
- Strategier för innehållsproduktion för sociala medier
- Konceptutveckling för innehållsproduktion
- Applikationer och programvaror för innehållsproduktion

Mål

Efter genomgången kurs skall studenten kunna, med avseende på,

Kunskap och förståelse
1.1 Redogöra för centrala begrepp, principer, teorier, tekniker och strategier rörande innehållsproduktion
1.2 Uppvisa kunskap och förståelse för centrala teorier och principer inom visuell och multimodal kommunikation
1.3 Uppvisa kritiskt reflektiv kunskap om vikten av marknadssegmentering och målgruppsprofilering vid innehållsproduktion för sociala medier.

Färdighet och förmåga
2.1 Utveckla anpassat innehåll för olika marknadssegment och syften för sociala media kanaler
2.2 Utveckla koncept för innehållsproduktion
2.3 Utveckla strategi för innehållsproduktion

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 Kritiskt värdera kommunikation och innehållsproduktion 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: Visuell kommunikation och multimodal kommunikation
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1
Högskolepoäng: 2
Betygsskala: Underkänd eller godkänd

Seminarium 2: Marknadssegmentering och målgruppsprofilering
Lärandemål: 1.1, 1.3, 2.1
Högskolepoäng: 2
Betygsskala: Underkänd eller godkänd

Inlämningsuppgift 1: Bild, grafik och typografi
Lärandemål: 1.2, 2.1
Högskolepoäng: 3
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Inlämningsuppgift 2: Animering och ljud
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2
Högskolepoäng: 3
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Projektarbete: anpassad innehållsproduktion
Lärandemål: 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1
Högskolepoäng: 5
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

För betyget Godkänd på hel kurs krävs minst betyget Godkänd på samtliga moment. För betyget Väl Godkänd krävs Väl Godkänd på minst en Inlämningsuppgift och på projektarbetet, samt minst 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

Kurslitteraturen är på svenska samt engelska

Arhammar, J., & Staunstrup, P. (2018). Content marketing för alla: lös dina affärsutmaningar, öka försäljningen och vinn kundernas hjärtan med engagerande innehåll. Arhammar Publishing. (184 s.)

Bergström, Bo (2021). Effektiv visuell Kommunikation: Om nyheter, reklam, information och profil (12. Uppl.). Carlsson Bokförlag AB. (272 s.)

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

Totalt antal sidor, 788.

Ytterligare litteratur kan tillkomma enligt lärares anvisningar (ca 300 s). Litteraturen meddelas vid kursstart och kommer finnas tillgänglig via högskolans bibliotek eller högskolans lärplattform.

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.