



Sociala medier

Social Media

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: C3KSM1

Version: 1.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom bibliotek, information och IT 2017-06-14

Gäller från: VT 2018

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Informationsarkitektur (G1N), Biblioteks- och informationsvetenskap (G1N)

Utbildningsområde: Övrigt

Ämnesgrupp: Biblioteks- och informationsvetenskap

Förkunskapskrav: Det finns inga explicita förkunskapskrav.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen behandlar hur sociala medier erbjuder olika kommunikationsmöjligheter men också olika former för nätverkande och delaktighet. Detta problematiseras och ställs i relation till centrala frågeställningar som kan kopplas till informationssamhället i stort, gällande exempelvis personlig integritet och filterbubblor. Kursen tar sin teoretiska utgångspunkt i mekanismer och drivkrafter för deltagande och engagemang i virtuella gemenskaper, med särskilt fokus på digitala kompetenser. Kursen innehåller exempel på tillämpningsområden för sociala medier och diskuterar konsekvenser av användandet av sociala medier i olika sammanhang.

Fenomen som berörs inkluderar:

- nätverkande och delaktighet i sociala medier
- virtuella gemenskaper
- digitala kompetenser
- sociala medier som opinions- och påverkansverktyg

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna, med avseende på,

Kunskap och förståelse

- 1.1 Redogöra för centrala teorier och begrepp rörande virtuella gemenskaper.
- 1.2 Demonstrera kunskap om olika tillämpningsområden för sociala medier.

Färdighet och förmåga

- 2.1 Tillämpa sociala medier som strategiskt verktyg för olika syften och i olika kontexter.
- 2.2 Genomföra en grundläggande analys av användargenererat innehåll.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 Självständigt och kritiskt reflektera kring olika problemområden vid användning av sociala medier.

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av

- seminarier
- föreläsningar

- grupparbeten
- handledning

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

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Inlämningsuppgift: Centrala begrepp

Lärandemål: 1.1 och 1.2.

Högskolepoäng: 1,5

Betygskala: Underkänt eller Godkänt

- Inlämningsuppgift: Sociala medier-strategi

Lärandemål: 1.2, 2.1 och 3.1.

Högskolepoäng: 3

Betygskala: Underkänt, Godkänt eller Väl godkänt

- Inlämningsuppgift: Forumanalys

Lärandemål: 2.2 och 3.1.

Högskolepoäng: 3

Betygskala: Underkänt, Godkänt eller Väl godkänt

För betyget Godkänd på hel kurs krävs minst godkänt betyg på samtliga inlämningsuppgifter. För betyget Väl godkänd krävs dessutom Väl godkänt på *Inlämningsuppgift: Sociala medier-strategi* och *Inlämningsuppgift: Forumanalys*.

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 i huvudsak på engelska.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. (21 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Ding, Y., Jacob, E., Zhang, Z., Foo, S., Yan, E., George, N. & Guo, L. (2009). Perspectives on social tagging. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), 2388-2401. (14 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Dovleac, L. (2015). The role of new communication technologies in companies' sustainability. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 8(1) 33-40. (8 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. Cambridge, Mass: MIT Press. (300 s.)

Solove, D. J. (2007). *The future of reputation: gossip, rumor, and privacy on the internet*. New Haven, Conn.; London: Yale University Press. (Valda delar, ca 100 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Stakston, B. (2011). *Gilla: Dela engagemang, passion och idéer via sociala medier (2. uppl.)*. Stockholm: Idealistas förlag. (146 s.)

Tham, A., Croy, G., & Mair, J. (2013). Social media in destination choice: Distinctive Electronic Word-of-Mouth Dimensions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 144-155. (12 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Wu, J., Sun, H. & Tan, Y. (2013). Social media research: A review. *Journal of Systems Science and Systems Engineering*, 22(3), 257-282. (26 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C., Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles?. *Internet policy review*, 5(1). (16 s.) [Tillgänglig elektroniskt]

Totalt antal sidor: 643

Egensökt litteratur tillkommer (ca 50 s.) vilken ska utgöras av minst två vetenskapliga artiklar.

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.