



Kursplan

för kurs på grundnivå

Medier

Media

7.5 Höskolepoäng

7.5 ECTS credits

Kurskod: PR8020
Gäller från: VT 2011
Fastställt: 2009-11-25
Ändrad: 2010-12-21
Institution Företagsekonomiska institutionen

Ämne Reklam och PR

Beslut

Denna kursplan är upprättad av prefekt Björn Stolt och reviderad av biträdande prefekt Maria Frostling-Henningsson.

Beslut om upphävande av denna kursplan är fattat av institutionsstyrelse 2016-03-16.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

Minst 90 avklarade höskolepoäng i programmet Marknadskommunikation och IT.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Höskolepoäng
MED1	Medier	7.5

Kursens innehåll

Kursen ger grundläggande kunskaper om mediernas struktur, innehåll och uttrycksformer generellt och mer specifikt om mediebyrå reklam och PR. Medierna är en oskiljaktig del av samhällets struktur liksom den omgivande samhällsstrukturen bidrar till att forma de enskilda mediernas uppbyggnad och innehåll. Medierna gör det möjligt för sina brukare att förstå sig själva i ett större politiskt, historiskt och existentiellt perspektiv som en del av en gemensam kultur där mediebyrå reklam och PR har en stor roll i den kulturella meningsproduktionen.

Medieanalytikernas perspektiv på kommunikation där humanistiska och samhällsvetenskapliga traditioner integreras med praktikernas syn på reklam och PR-driven kommunikation är i fokus för detta moment. Exempelvis studeras vilken roll och makt reklam, PR och opinionskonsulterna har i samhället och i samhällsutvecklingen. Hur fungerar relationen mellan PR-aktörerna och journalisterna och vem sätter medieagendan? Hur ser förhållandet mellan redaktionellt och kommersiellt producerat innehåll ut? Mediekonvergensens effekter på medieutbudet, dess innehåll och uttrycksformer studeras också. Vems verklighetsbild målas upp och varför? Fenomen som sociala medier och användargenererat innehåll, "advertising financed programming" samt teknologins utveckling och effekt på mediebyrå tjänsteutbud behandlas också i detta kursmoment.

Förväntade studieresultat

Studenter som genomgått kursen förväntas kunna:

- Definiera, förklara och tillämpa de vetenskapliga begrepp, perspektiv och metoder som kursmomentet behandlar.

- Kritiskt och på vetenskapliga grunder analysera, reflektera och resonera kring olika mediefenomen, mediestrukturer, form, innehåll och intertextualiteter i olika mediekontext, däribland reklam och PR.

Undervisning

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier och grupparbeten.

Kunskapskontroll och examination

Examinationsformer:

- Individuella uppgifter: Skriftlig tentamen, närvaro och aktivt deltagande.
- Gruppuppgift: bedömning av grupparbete.

A = Utmärkt

B = Mycket bra

C = Bra

D = Tillfredsställande

E = Tillräckligt

Fx = Ej tillräckligt, kan kompletteras

F = Otillräckligt, kan ej kompletteras inom ramen för kursen denna termin.

För att få slutbetyg på hela kursen krävs lägst betyget E på samtliga moment. Studerande som fått betyget Fx eller F på ett prov har rätt att

genomgå minst fyra ytterligare prov så länge kursen ges för att uppnå lägst betyget E.

Studerande som fått lägst betyget E på prov får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

Studerande som fått betyget Fx eller F på prov två gånger av en examinator har rätt att begära att en annan examinator utses för att bestämma betyg på provet. Framställan härom ska göras till institutionsstyrelsen.

Studerande kan begära att examination enligt denna kursplan genomförs högst tre gånger under en tvåårsperiod efter det att den upphört att gälla. Framställan härom ska göras till institutionsstyrelsen. Med prov jämföras också andra obligatoriska kursdelar.

Kurslitteratur

Kurslitteraturen meddelas i kursinformation.