

**Kursplan för:**

## **Medie- och kommunikationsvetenskap AV, Strategisk digital kommunikation, 15 hp**

Media and Communication Science MA, Strategic Digital Communication, 15 credits

### **Allmänna data om kursen**

<b>Kurskod</b>	MK037A
<b>Ämne/huvudområde</b>	Medie- och kommunikationsvetenskap
<b>Nivå</b>	Avancerad
<b>Inriktning (namn)</b>	Strategisk digital kommunikation
<b>Högskolepoäng</b>	15.0
<b>Fördjupning vs. Examen</b>	A1N , Kursen ligger på avancerad nivå och har endast kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
<b>Utbildningsområde</b>	Samhällsvetenskap 100%
<b>Ansvarig institution</b>	Medie- och kommunikationsvetenskap
<b>Inrättad</b>	2021-03-04
<b>Fastställd</b>	2021-03-17
<b>Senast reviderad</b>	2021-06-01
<b>Giltig fr.o.m</b>	2021-07-01

### **Syfte**

Syftet med kursen är att ge studenterna teoretisk och praktisk kunskap för att kritiskt analysera och använda digitala resurser i strategisk kommunikation inom en organisation, ett varumärke, en produkt, person eller service. Kursen syftar även till att ge en teoretisk grund i samtida och föränderliga medie- och kommunikationspraktiker samt hur de tillämpas i yrkesmässig strategisk kommunikation.

## Lärandemål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna

- Kritiskt analysera den samtida mediemiljön och digitala resurser i strategisk kommunikation/pr-praktiken
- Utveckla organisatoriska kommunikationsprocesser i den digitala miljön
- Identifiera och definiera metoder som bidrar till att öka effektiviteten i kommunikationsbudskap i den digitala miljön
- Välja effektiva metoder för att nå centrala målgrupper
- Utveckla praktiska färdigheter i skriftlig, muntlig och visuell kommunikation för owned, earned, and shared media.

## Innehåll

Kursen ger studenten kunskap att skapa och implementera effektiva digitala kommunikationsstrategier och professionella kommunikationspraktiker. Kursen ger färdigheter för att analysera mediemiljön, kommunikationsresurser såsom verktyg och målgrupper, så att studenten kan planera lämpliga strategier och taktiker för pr/strategisk kommunikation utifrån specifika situationer, intressenter och omständigheter.

## Behörighet

Avlagd kandidatexamen om minst 180 hp, varav minst 60 hp i medie- och kommunikationsvetenskap, journalistik, statsvetenskap eller företagsekonomi.

## Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

## Undervisning

Kursen kan komma att ges på engelska.

## Examination

**M100:** Skriftligt enskilt arbete, 7,0 hp

**Betygsskala:** 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

**M200:** Skriftligt grupparbete, 4,0 hp

**Betygsskala:** 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

**M300:** Muntligt enskilt arbete, 2,0 hp

**Betygsskala:** 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

**M400:** Muntligt grupparbete, 2,0 hp

**Betygsskala:** 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

Betygskriterier för ämnet finns på [www.miun.se/betygskriterier](http://www.miun.se/betygskriterier).

Om student har ett beslut från samordnaren vid Mittuniversitetet om pedagogiskt stöd vid funktionsnedsättning, har examinatorn rätt att ge anpassad examination för studenten.

## Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

## Litteratur

### Obligatorisk litteratur

- Författare/red:** Brønn, Carl & Brønn, Peggy Simcic
- Titel:** Sustainability: A Wicked Problem Needing New Perspectives (Book chapter)
- Upplaga:** I Borland et al (2018) Business Strategies for Sustainability, pages 1-18
- Förlag:** Routledge
- Webbadress:** [https://biopen.bi.no/bitstream/handle/11250/2620663/Broenn\\_2019\\_Sustainability\\_AAM.pdf?sequence=4](https://biopen.bi.no/bitstream/handle/11250/2620663/Broenn_2019_Sustainability_AAM.pdf?sequence=4)
- Kommentar:** 18 sidor
- 
- Författare/red:** Coombs, W. Timothy, Falkheimer, Jesper, Heide, Mats & Young, Philip
- Titel:** Strategic Communication, Social Media and Democracy: the Challenge of the Digital Naturals
- Upplaga:** Senaste
- Förlag:** Routledge
- Kommentar:** ca 188 sidor

- Författare:** du Plessis, Charmaine  
**Artikeltitel:** Social Media Crisis Communication: Enhancing a discourse of renewal through dialogic content  
**Tidskrift:** Public Relations Review  
**År/Volym/nr/sidor:** 2018, 44(5), 829-838  
**Kommentar:** 9 sidor
- Författare:** Enke, Nadja & Borchers, Nils S.,  
**Artikeltitel:** Social Media Influencers in Strategic Communication: A Conceptual Framework for Strategic Social Media Influencer Communication  
**Tidskrift:** International Journal of Strategic Communication  
**År/Volym/nr/sidor:** 2019, 13(4), 261-277  
**Kommentar:** 16 sidor
- Författare/red:** Freberg, Karen  
**Titel:** Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications  
**Upplaga:** Senaste  
**Förlag:** Sage Publications  
**Kommentar:** ca 336 sidor
- Författare:** Guber, Daniel A., Smerek, Ryan E., Thomas-Hunt, Melissa C, James Erika H.  
**Artikeltitel:** The real-time power of Twitter: Crisis management and leadership in an age of social media  
**Tidskrift:** Business Horizons  
**År/Volym/nr/sidor:** 2015, 58(2),163-172  
**Kommentar:** 9 sidor
- Författare:** Kylie Sng, Tsi Ying Au & Augustine Pang  
**Artikeltitel:** Social Media Influencers as a Crisis Risk in Strategic Communication: Impact of Indiscretions on Professional Endorsements  
**Tidskrift:** International Journal of Strategic Communication  
**År/Volym/nr/sidor:** 2019, 13(4), 301-320  
**Kommentar:** 19 sidor
- Författare/red:** Lindgren Simon  
**Titel:** Digital Media and Society  
**Upplaga:** Senaste  
**Förlag:** Sage publications inc  
**Kommentar:** ca 328 pages
- Författare:** O'Connor, Amy & Shumate, Michelle  
**Artikeltitel:** A Multidimensional Network Approach to Strategic Communication  
**Tidskrift:** International Journal of Strategic Communication  
**År/Volym/nr/sidor:** 2018, 12(4), 399-416  
**Kommentar:** 17 sidor
- Författare:** Waerass, Arild & Dahle, Dag Yngve

**Artikeltitel:** When reputation management is people management: Implications for employee voice  
**Tidskrift:** European Management Journal  
**År/Volym/nr/sidor:** 2020, 38(2), 277-287  
**Kommentar:** 10 sidor

### Referenslitteratur

**Författare/red:** Guldbrandsen, Ib T. & Just, Sine N.  
**Titel:** Strategizing Communication. Theory and practice  
**Upplaga:** Senaste  
**Förlag:** Studentlitteratur  
**Kommentar:** ca 420 sidor

Fördjupningslitteratur väljs i samråd med kursansvarig utifrån vald inriktning.

# Signature page

This document has been electronically signed  
using eduSign.

eduSign