



Kursplanen fastställd av VD 2007-12-18

Gäller ht-07

Kurskod: LMKD27

Ämnesnivå: D

Utb.omr: SA

Ämneskod: MKA

Medie- och kommunikationsvetenskap, 91-120 högskolepoäng

Media- and communication studies, 91-120 credit points/ECTS

Avancerad nivå

Allmänt

Kursen ger den studerande möjlighet till ytterligare fördjupning inom medie- och kommunikationsvetenskap och kan användas för att pröva intresse och lämplighet för fortsatta studier på forskarutbildningsnivå.

Lärandemål

Kursen skall ge de studerande fördjupad kunskap i självständig sökning, sammanställning och analys av vetenskapliga texter samt förmåga att självständigt bedriva vetenskapligt arbete inom ämnesområdet.

Innehåll

Delkurs 1 Aktuell medie- och kommunikationsvetenskaplig forskning, 7,5 hp

Current Media and Communication Research, 7.5 credit points/ECTS

Innehåll och former: I kursen studeras och analyseras teorier och metoder för forskning om medierad kommunikation. De studerande får bland annat i uppgift att kritiskt granska några aktuella avhandlingar från teoretiska och metodologiska utgångspunkter och problematisera deras innehåll.

Lärandemål: Efter avslutad delkurs förväntas de studerande ha fördjupade kunskaper i metoder, teorier, problemställningar, forskningsetiska frågeställningar och forskningsstrategier inom medie- och kommunikationsvetenskap.

Examination: Examinationen är baserad på skriftliga promemorior och sker i seminarieform.

Delkurs 2 Strategiska förändringar inom mediebranschen, 7,5 hp

Strategies for changes in media industries, 7.5 credit points/ECTS

Innehåll och former: Delkursen är upplagd som en seminariserie med presentationer och diskussioner av aktuella forskningsresultat.

Lärandemål: Efter avslutad delkurs förväntas de studerande ha fördjupade kunskaper om utvecklingsmönster och strategier i mediebranschen.

Examination: De studerande skall presentera ett individuellt kurs-PM, som behandlas på ett slutseminarium.

Delkurs 3 Självtändigt uppsatsarbete, 15 hp

Individual essay, 15 credit points/ECTS

Innehåll och former: Delkursen består av författande och ventilering av uppsats. Uppsatsen kan till exempel bestå av en empirisk undersökning av ett problemkomplex inom ämnesområdet. Uppsatsämnet väljs i samråd med den kursansvarige. Den studerande tilldelas en handledare.

Lärandemål: Efter avslutad delkurs förväntas de studerande;

- ha goda kunskaper i att söka information via databaser och att tillämpa teorier i ett vetenskapligt arbete
- självständigt genomföra en empirisk undersökning
- framföra väl grundad kritik på vetenskapliga produktioner
- kritiskt granska och värdera vetenskapliga rapporter

Examination: Examination sker på seminarium, varvid uppsatsen granskas av en särskilt utsedd opponent.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet för högskolestudier samt avslutade kurser i medie- och kommunikationsvetenskap, 1-90 hp (1-60 poäng).

Kursuppläggning/lärandets former

Se delkursernas beskrivningar.

Examination och betyg

Examination sker i form av skriftliga och/eller muntliga prov, självständiga arbeten och genom aktivt deltagande i kursen. För godkänt betyg på delkurs 3 (självtändigt uppsatsarbete) krävs godkänt betyg på egen uppsats samt genomförd oppositionsuppgift på annan uppsats.

Den betygsskala som används är VG (Väl godkänd), G (Godkänd) och U (underkänd) på varje delkurs. För att få betyget VG på hela kursen krävs VG på uppsatsen.

Kursvärdering

Kursvärdering sker under kursens gång samt vid kurslut.

Kurslitteratur

Kurslitteratur förtecknas i särskild bilaga.

Medie- och kommunikationsvetenskap, 90-120 hp

Antal sidor

Delkurs 1

Esiasson, Peter m fl: <i>Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad</i> Senaste upplagan. Norstedts förlag	440
Carlsson, Ulla (red) <i>Mångfald i medieforskningen.</i> Nordicom, Göteborgs universitet (2003)	160
Individuellt vald litteratur i samråd med examinator: Metod- och teorilitteratur (vald med hänsyn till studerad litteratur på tidigare nivåer)	300
2-3 doktorsavhandlingar i medie- och kommunikationsvetenskap	600

Delkurs 2

Referenslitteratur:

Chan-Olmsted, Sylvia M.: *Competitive Strategy for Media Firms. Strategic and Brand Management in Changing Media Markets.* Laerence Erlbaum Associates, Publishers, London 2006

Engblom, Lars-Åke & Wormbs, Nina: *Radio och TV efter monopolet. Ekerlids, Stockholm 2007.*

Engblom, Lars-Åke & Gustafsson, Karl Erik (red): *Mönster i nordisk medieutveckling.*
Jönköping 2007.

Gustafsson, Karl Erik: Origins and Dynamics of Concentration. In Gustafsson, Karl Erik (ed): *Media Structure and the State.* Skrift Nr 7. Informations- och massmediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet 1994

Penrose, Edith T.: *The Theory of the Growth of the Firm.* Basil Blackwell: Oxford 1959

Porter, Michael E.: *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors.*
The Free Press: New York & London 1980

Picard, Robert G: *The Economics and Financing of Media Companies.* Fordham University Press, New York 2002