

# Valgmodul: Strategisk kommunikation på sociale medier

Studievægt: 10 ECTS-point

## Beskrivelse

I dette valgfag skal vi arbejde med strategisk kommunikation på sociale medier, og fokus vil være på både strategi, planlægning og udførelse samt de mediemæssige muligheder og udfordringer. Her inddrages blandt andet spørgsmål som: Hvordan anvender værdibaserede organisationer sociale medier? Hvordan kan sociale medier anvendes strategisk – og hvilke muligheder og udfordringer er der? Hvilket indhold fungerer på forskellige sociale medier? Hvordan har udviklingen i sociale medier været? Og hvilke udfordringer og nye tendenser præger området?

Vi skal arbejde med at koble dele af organisationens strategi sammen med del-strategier for kommunikationen, lave en kommunikationsplan på baggrund af strategien og udføre dele af planen i praksis.

Vi vil også stille skarpt på forskellige sociale mediers kommunikationsmuligheder. Her vil fokus primært være på Facebook og Instagram, men andre sociale medier (Twitter, Snapchat, LinkedIn, YouTube og TikTok) inddrages også, og der vil være mulighed for, at den studerende fordyber sig i et selvvalgt socialt medie.

Undervisningen består af en kombination af teoretiske oplæg, diskussioner samt individuelle og gruppebaserede øvelser. Der vil være øvelser og opgaver mellem undervisningsgangene og gensidig feedback indgår som en del af opgaverne.

Kursets emner er:

- Strategisk anvendelse af sociale medier
- Forskellige sociale mediers muligheder og udfordringer

## Mål for læringsudbytte

### *Viden*

Den studerende har viden om

- Mediebrugere og mediebrug på sociale medier
- Sociale medier og medieudvikling
- Sociale mediers muligheder og udfordringer

### *Færdigheder*

Den studerende kan

- Lave en strategi og indholdsplan for et socialt medie og en udvalgt målgruppe
- Skabe kommunikationsprodukter, der er tilpasset forskellige målgrupper på forskellige sociale medier.

## *Kompetencer*

Den studerende kan

- Vælge og vurdere sociale medier i forhold til forskellige målgrupper og mål
- Vælge og vurdere sociale medier i relation til værdibaserede organisationers kommunikation og strategi.
- Udvikle værdibaserede organisationers kommunikation på sociale medier
- Anvende visuelle medier og virkemidler på sociale medier

Undervisningen består af en kombination af teoretiske oplæg, diskussioner samt individuelle og gruppebaserede øvelser. Der vil være øvelser og opgaver mellem undervisningsgangene og gensidig feedback indgår som en del af opgaverne.

## **Bedømmelse**

Valgfaget indgår med 10 ECTS i en semesterprøve som bedømmes bestået/ikke-bestået. Semesterprøven består af en individuel skriftlig refleksionsopgave med tilhørende produkter.

Censur: Intern.

## **Undervisningsdage**

Undervisningen finder sted på Diakonhøjskolen, Lyseng Alle 15, 8270 Højbjerg, men kan også følges online via Zoom.

15.-16.marts 2021, 8.30-12.20

23.-24.marts 2021t, 8.30-12.20

6.-7.april 2021, 8.30-12.20

20.april 2021 (Vejledning efter aftale)

28.april 2021, 8.30-12.20

## **Underviser**

Rikke Thomassen, [RITH@VIA.DK](mailto:RITH@VIA.DK)

## **Kursuspris og tilmelding**

Prisen er ca. 5.500,- Tilmelding sker via tilmeldingsblanket på [www.via.dk/3K](http://www.via.dk/3K) under "Enkeltfag". Øvrig henvendelse vedr. enkeltfag til Sif Egede, [ASEA@VIA.DK](mailto:ASEA@VIA.DK).