



KURSPLAN

Marknad och medier, 7,5 högskolepoäng

Market and Media, 7.5 credits

Kurskod:	LMMK18	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Utbildningschef 2018-10-03	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Gäller fr.o.m.:	Hösten 2018	Ämnesgrupp:	MK1
Version:	1	Fördjupning:	G1F
		Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- beskriva och sammanfatta grunderna inom aktuell externkommunikationsforskning och omvärldsanalysforskning (1)
- beskriva olika aspekter på verbal och ickeverbal kommunikation i möten mellan journalister och talare/intervjupersoner (2)
- beskriva verktyg och förhållningssätt som är grundläggande i kampanjanslys, kampanjplanering och kampanjutförande (3)

Färdighet och förmåga

- analysera en varumärkesstrategi (4)
- kritiskt reflektera kring hur de olika synsätten inom varumärkesforskning kopplas till den marknadsmässiga omgivningen (5)
- Analysera en informations- eller PR-kampanj (6)
- kritiskt bearbeta olika aspekter på verbal och ickeverbal kommunikation i möten mellan journalister och talare/intervjupersoner (7)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- utifrån varumärkesforskning kritiskt värdera en organisations varumärke (8)
- med de teoretiska verktyg som ges under kursen kritiskt värdera informations- eller PR-kampanjer ur olika perspektiv, exempelvis ett etiskt perspektiv (9)
- värdera och jämföra förberedelser inför och genomföranden av presskonferenser (10)
- värdera det egna lärandet under kursen och identifiera sitt behov av ytterligare kunskap inom det område kursen behandlar (11)

Innehåll

- Marknadskommunikation
- Varumärken och omvärldsanalys
- Kommunikationskampanjer

- Presskonferenser och andra kontakter med nyhetsmedierna
- Reflektion över det egna lärandet

Undervisningsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och övningar individuellt och i grupp.

I kursen används digital lärplattform, exempelvis PingPong.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning/handledning under den tid som angavs för det kurstillfälle som sökande blivit antagen till. Därefter upphör rätten till undervisning/handledning.

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

Förkunskapskrav

Godkända kurser inom Medie- och kommunikationsvetenskap om minst 45 hp samt genomgångna kurser Organisationers kommunikativa grunder, 7,5 hp och Samhälle och språk, 7,5 hp (eller motsvarande kunskaper).

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Undervisning och kurslitteratur utgör grund för examination.

För bedömning skall underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas. En student som fått godkänt betyg på ett examinationsmoment kan inte examineras igen för att höja betyget. Mer information kring bedömning av enskilda lärandemål och kriterier för betygssättning tillhandahålls i studieanvisningar vid kursstart.

En student garanteras minst tre provtillfällen, inklusive ordinarie provtillfälle, för aktuellt kurstillfälle.

Efter att ha blivit underkänd vid examination på samma moment tre gånger har student rätt att på begäran, om möjligt, få därpå följande examination bedömd och betygsatt av ny examinator. Beslut om byte av examinator fattas av utbildningschef.

Om en kurs upphör eller ändras väsentligt erbjuds examination enligt den förutvarande kursplanen vid minst två tillfällen inom ett år efter beslutet.

Kursen examineras genom:

1. Grupparbete: Beskrivning av en idag existerande organisation samt kritisk analys av organisationens varumärke. Uppgiften presenteras muntligt på seminarium, samt granskas av opponentgrupp (mål 1, 4, 5, 8)
2. Grupparbete: Beskrivning samt kritisk analys av kampanj, kopplad till vald organisation.

- Uppgiften presenteras muntligt på seminarium, samt granskas av opponentgrupp (mål 3, 6, 9)
3. Grupparbete: presskonferens och granskning av opponentgrupp (mål 2, 7, 10)
 4. Grupparbete: Skriftlig slutrapport av kursens tre första uppgifter (mål 1-10)
 5. Individuell skriftlig reflektion över det egna lärandet (mål 11)

För att få G på kursen krävs G på alla examinationsuppgifterna. För att få VG på kursen krävs VG på slutrapporten (uppgift 4) och reflektionen över det egna lärandet (uppgift 5).

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Grupparbete kring organisation och varumärke	1 hp	U/G
Grupparbete, kampanjanslys	1 hp	U/G
Grupparbete, presskonferens	1 hp	U/G
Grupparbete, skriftlig slutrapport	3 hp	U/G/VG
Individuell uppgift, reflektion över det egna lärandet	1,5 hp	U/G/VG

Kursvärdering

Uppföljning av undervisning sker fortlöpande under kursen. Kursvärdering sker vid kursens slut. Kursvärderingen sammanställs och kommenteras av den kursansvarige läraren och om möjligt studentrepresentant/er (kursutvecklare), publiceras på lärplattform samt lämnas till utbildningsadministrationen. Kursvärderingen skall ligga till grund för kommande kursplanering.

Kurslitteratur

Amnéus, Anders (2011). *Allt du behöver veta om varumärken*. Stockholm: Liber. 144 sidor.

Larsson, Larsåke (2014). *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur. 374 sidor.

Lind, Håkan, Lindahl Persson, Jenny & Borgs, Martin (senaste upplagan). *Medietränad*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag. 271 sidor. Tillhandahålls av HLK.

Artiklar, ca 150 sidor (50 sidor om varumärken, 50 sidor om kampanj, 50 sidor om mediekontakter)

Kompendium, ca 50 sidor

Referenslitteratur

Litteraturreferenser – så skriver du. <http://ju.se/bibliotek/sok---skrivhjalp/litteraturreferenser---sa-skriver-du.html>

Informationsmaterial om plagiat på högskolor och universitet. *Interaktiva antiplagiatguiden*. <http://pingpong.hj.se/public/courseId/10128/publicPage.do>. Finns även i kursens aktivitet på lärplattformen (PingPong).