



KURSPLAN

Brand Management, 7,5 högskolepoäng

Brand Management, 7,5 credits

Kurskod:	LBMB17	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Nämnd för Medie- och kommunikationsvetenskap- liga programmet 2007-05-31	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området (70%) och tekniska området (30%)
Gäller fr.o.m.:	2011-08-22	Ämnesgrupp:	MK1
Version:	1	Fördjupning:	G1F
		Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas den studerande

- kunna förklara och diskutera hur konsumenter interagerar med varumärken
- kunna förklara och diskutera varumärken som strategiska tillgångar i företags och organisationers utveckling av en stark marknadsposition
- kunna artikulera, analysera och planera varumärkens positionering och design

Innehåll

Kursen ingår i det Medie- och kommunikationsvetenskapliga programmet under andra året och som en inriktningskurs på PR/Marknadskommunikation. Denna inriktning har sin utgångspunkt i säljande kommunikation och information. PR/Marknads-kommunikation har en klar fokusering på reklammedier. Inriktningens kurser har såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet, interkulturella aspekter, hållbar utveckling, IT-kunskaper och språk.

- Varumärken, konsumtion och livsstil
- Varumärkesmodeller
- Märkesanalys, identitet och personlighet
- Varumärkesstrategier
- Omvärldsanalys
- Positionering och design
- Varumärkesplattform i praktiken

Undervisningsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, gruppövningar och examination.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs godkända kurser inom programmets huvudområde Medie- och kommunikationsvetenskap med minst 37,5 hp

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras genom

- ett individuellt arbete
- ett grupparbete
- aktivt seminariedeltagande
- en skriftlig individuell salstentamen

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Examination	7.5 hp	U/G/VG

Kursvärdering

Kursvärdering sker enligt anvisningar i utbildningsplanen.

Övrigt

Kursen ingår i utbudet för internationella studenter och ges på engelska.

Kurslitteratur

Elliot, Richard & Percy, Larry (senaste upplagan) Strategic Brand management; Oxford University Press, 250 sidor

Artiklar (läsinstruktioner ges löpande under kursen), ca 100 sidor