



KURSPLAN

Marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng

Market Communication, 7,5 credits

Kurskod:	LMAB17	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

- ha utvecklat kunskaper om marknadsföring som vetenskaplig disciplin
- ha utvecklat kunskaper om hur exempelvis företag kan planera och utföra sin marknadskommunikation
- ha utvecklat förståelse för kommersiella kommunikationsproblem
- kunna förbereda och visa hur kommersiella kommunikationsproblem kan bearbetas och planeras
- ha utvecklat förståelse för budgetprocessen
- kunna visa prov på korrekt och kreativt skrivande på svenska för olika medier och målgrupper

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.

- Introduktion till marknadsföring
- Marknadssegmentering, målgruppsanalys och konsumentbeteende
- Varumärkesbaserade marknadskommunikationsprocesser
- Kommunikationsverktyg
- Budgetering, uppföljning och effekt
- Medieval
- Etik och lagstiftning

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

- två fallstudier varav en i grupp och en individuell
- ett projektarbete i grupp med presentation
- 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.

Kurslitteratur

Mårtensson, Rita (2009): Marknadskommunikation, Studentlitteratur, 634 sidor

Artiklar, ca 100 sidor

Rekommenderad läsning, ej obligatorisk:

Dahlqvist, Ulf och Linde, Magnus (2005): Reklameffekter - strategi, utformning och medial, Liber (2:a upplagan), 150 sidor