



Kursplanen fastställd av MKV-nämnden 2007-05-31

Gäller ht-08

Kurskod: LMAB17

Ämnesnivå: B

Utb.omr: SA 70%, TE 30%

Ämneskod: MKA

Marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng

Market Communication, 7.5 credit points/ECTS

Grundnivå B

Allmänt

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/Marknadskommunikation 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.

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas de 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

Innehåll

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

Förkunskapskrav

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

Kursupplägning/lärandets former

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

Examination och betyg

Kursen examineras genom

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

Som betyg används något av uttrycken Väl Godkänd, Godkänd eller Underkänd. För närvarande avvaktas beslut om införandet av det gemensamma betygssystemet ECTS.

Kursvärdering

Kursvärdering sker enligt anvisningar i utbildningsplanen.

Kurslitteratur

Kurslitteraturen förtecknas i särskild bilaga.

Marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng Antal sidor

Fill, Chris (2005): *Marketing Communications: Engagement, Strategies and Practice*,
Prentice Hall (4th edition) 952

Artiklar 100

Rekommenderad läsning, ej obligatorisk:

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