Företagsekonomiska institutionen

Stockholms universitet

Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam & PR: grundläggande marknadsföring **7.5 Högskolepoäng**

Advertising & PR: Basic Marketing **7.5 ECTS credits**

Kurskod:	PR1523
Gäller från:	VT 2021
Fastställd:	2015-02-26
Ändrad:	2020-04-03
Institution	Företagsekonomiska institutionen
Huvudområde:	Reklam och PR
Fördjupning:	G1N - Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Beslut

Kursplanen är fastställd av Utbildningschef vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2015-02-26. Senast revideringen bereddes av Utbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2020-03-16 och beslutades av prefekt vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2020-04-03.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

Engelska B/Engelska 6, Matematik C/Matematik 3b alt 3c och Samhällskunskap A/Samhällskunskap 1b alt 1a1 +1a2.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
1523	Reklam & PR: grundläggande marknadsföring	7.5

Kursens innehåll

Kursen syfte är att ge en bred introduktion till ämnet marknadsföring. Under kursen ges en föreläsningsserie som introducerar centrala begrepp och modeller samt samband mellan olika marknadsföringsmodeller och -teorier. Föreläsningarna erbjuder fördjupningar inom områden som är centrala för dagens marknadsförare som exempelvis marknadsstrategi, omvärldsbevakning, marknadsanalys, konsumentbeteende och varumärkesutveckling. I kursen finns ett hållbarhetstema som präglar alla delarna där även hållbarhetsimplikationer av konsumtion behandlas. Det tredimensionella hållbarhetsbegreppet och dess betydelse för marknadsföring och konsumtion introduceras och tillämpas. Parallellt med föreläsningsserien behandlas även dessa synsätt i en seminarieserie där kunskaperna tillämpas och presenteras i form av ett projektarbete. Upplägg och innehåll för projektarbetet specificeras närmare i studieanvisningen.

Förväntade studieresultat

Lärandemål

Kursens övergripande syfte är tillhandahålla en bred introduktion till marknadsföringens centrala synsätt, begrepp och modeller. Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Definiera grundläggande begrepp inom marknadsföring.

2. Exemplifiera och förklara grundläggande begrepp.

Färdighet och förmåga

3. Tillämpa synsätt, begrepp och modeller inom marknadsföring.

4. Analysera olika teoretiska synsätt inom marknadsföring i samband med tillämpning i olika branscher samt koppla dessa till hållbarhet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Motivera och argumentera för valet av teoretiska synsätt.

6. Kritiskt reflektera kring och utvärdera valda synsätt.

Undervisning

Kursen består av en kombination av föreläsningar, seminarier, grupparbete samt en betydande andel självstudier. Kursen examineras kontinuerligt genom de olika utbildningsmomenten.

Kursen arbetsinsats omfattar 200 timmar motsvarande 7,5 ECTS.

Undervisningsspråk är svenska och engelska.

Kunskapskontroll och examination

Examinationen sker kontinuerligt genom kursens olika lärandeaktiviteter. Varje examinationsmoment är viktat i relation till sin tyngd och betydelse för kursens sammantagna examination. Studentens resultat från de olika examinationsmomenten summeras till en kurspoäng som översätts till slutbetyg.

Examinationsmoment

Kursen består av följande viktade examinationsmoment:

1. Individuell tentamen: examinerar lärandemål 1, 2, 3, 4, 5 och 6; utgör 80% av total kurspoäng.

2. Projektarbete: examinerar lärandemål 3, 4, 5, 6; utgör 20% av total kurspoäng. Studenten skall vara närvarande vid projektarbetets seminarier för att kunna tillgodogöra sig projektarbetet.

Spärregel

För individuell tentamen gäller att studenten måste ha minst 50% av delmomentets maxpoäng för att kunna bli godkänd på kursen.

Betyg

Efter fullgjord kurs erhåller studenten betyg enligt en skala relaterad till kursens lärandemål. A, B, C, D och E är godkända betyg. F är underkänt betyg.

Kursen omfattar 100 kurspoäng. För att erhålla ett godkänt slutbetyg krävs minst 50 kurspoäng på de båda momenten individuell tentamen och projektarbete efter viktning enligt ovan. Dessutom måste studenten klara spärregeln och uppnå minst 50 % av maxpoängen för individuell tentamen.

Slutbetygen på kursen motsvaras av följande poängskala: A: 90-100; B: 80-89; C: 70-79; D: 60-69; E: 50-59; F: 0-49. Betygen motsvarar summan av de poäng en student erhåller (av totalt 100) för de viktade examinationsmoment som utgör kursens examination.

Varje enskilt examinationsmoment tilldelas 0–100 poäng. Poängen från ett enskilt examinationsmoment multipliceras med sin procentuella vikt, och den sammanlagda poängen för kursens samtliga examinationsmoment summeras till en kurspoäng mellan 0 och 100 som översätts till ett motsvarande kursbetyg mellan A och F, förutsatt att spärregeln har uppfyllts.

Examinationsmoment 1 bedöms enligt en 100-poängsskala.

Examinationsmoment 2 bedöms enligt en 100-poängsskala i tre intervaller om fem poäng. Studenten måste erhålla minst 50 poäng. Studenten kan alltså få 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 95 eller 100 poäng.

Studenten ansvarar för att kursens examinationsmoment fullgörs: att ett tillräckligt antal kurspoäng uppnås och ett godkänt slutbetyg erhålls.

Kurspoängen från examinationsmoment 2 behåller studenten under terminen dvs. om ett godkänt resultat på kursen (minst 50 kurspoäng) inte uppnåtts vid det första tillfället, på de båda momenten individuell tentamen och projektarbete efter viktning enligt ovan. Dessutom måste studenten klara spärregeln och uppnå minst 50% av maxpoängen för individuell tentamen. 2) vid kursens andra, schemalagda examinationstillfälle. Den individuella tentamen erbjuds alltså två gånger, kursens övriga examinationsmoment erbjuds en gång.

Godkänt betyg (A–E) på kursen erhålls när student uppnått minst 50 kurspoäng.

Underkänt betyg (F) på kursen erhålls när student ej uppnått minst 50 kurspoäng.

Vid underkänt betyg måste studenten omregistrera sig på kursen, varvid tidigare erhållna kurspoäng förfaller.

Omregistrering innebär att:
- förstagångsregistrerade studenter har förtur till kursens gruppanmälan;
- det avslutande examinationsmomentet kan omexamineras, utan närvaro vid kursens övriga läraktiviteter och utan att poäng från kursens övriga examinationsmoment tillgodoräknas.

Student som erhållit godkänt betyg på kursen får inte genomgå förnyad examination, komplettera eller fullgöra tidigare ej genomfört examinationsmoment för högre betyg. Ett godkänt betyg kan på students begäran inte ändras till ett underkänt betyg.

Betygskriterier

Kursens betygskriterier är utformade som helhetsomdömen, samlade kvalitativa beskrivningar av vad studenten förväntas prestera för att visa hur väl kursens lärandemål uppnås. Betygskriterierna är baserade på de generella förmågor som uttrycks i högskoleförordningens examensmål (bilaga 2, examensordning). Listan över förmågor nedan är en sammanställning av dessa examensmål. För att godkännas på kursen ska studenten demonstrera generell förmåga
- återge, förstå och förklara kursens innehåll samt kursämnets vetenskapliga grund och metodologi;
- tillämpa kursens innehåll;
- kritiskt analysera kursens innehåll;
- problematisera kursens innehåll;
- i tal och skrift redogöra för och diskutera kursens innehåll;
- bedöma kursens innehåll med hänsyn till samhälleliga och etiska aspekter;
- relatera kursens innehåll till aktuella samhällsfrågor;
- motsvara tillräckliga krav på formalia och akribi.

Följande betygskriterier används för att bestämma hur väl studenten demonstrerar dessa förmågor och uppfyller kursens lärandemål, varvid ett välgrundat betygsbeslut kan fattas. En högre betygsnivå förutsätter förmågor på lägre nivåer.

A (Utmärkt)
Studenten visar förmåga att ur ett kritiskt reflekterande helhetsperspektiv förhålla sig till och värdera kursens innehåll; samt överföra och använda insikter i nya betydelsebärande kontexter.

B (Mycket bra)
Studenten visar förmåga att ur ett överordnat och sammanhållet ämnesperspektiv förstå och använda begrepp
för att förklara hur kursens olika dimensioner relaterar till varandra, hopkopplas och blir meningsfulla.

C (Bra)
Studenten visar förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex utifrån flera olika, väl utvecklade men huvudsakligen fristående perspektiv.

D (Tillfredställande)
Studenten visar tillfredställande förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex på ett, om än djuplodande och välutvecklat, avgörande endimensionellt vis.

E (Tillräckligt)

Studenten visar tillräcklig förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex på ett, om än djuplodande och välutvecklat, avgörande endimensionellt vis.

F (Otillräckligt)
Studentens kunskaper, förmågor och färdigheter inom kursens område visar elementära brister i helhet eller väsentlig del.

Övergångsbestämmelser

När kursen inte längre ges eller kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under den påföljande treterminersperioden examineras enligt denna kursplan.

Begränsningar

Kursen får inte ingå i examen tillsammans med en annan kurs, inom eller utom landet, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

Kursen får inte ingå i examen tillsammans med FE1303 - Marknadsföring I eller FE1304 - Grundkurs i marknadsföring.

Övrigt

Dispens (uppskov) från ett examinationsmoment innebär att student som framlägger ett giltigt och skriftligt intygat skäl (exempelvis sjukdom och läkarintyg) ges möjlighet att genomföra ett examinationsmoment vid ett senare, av kursansvarig lärare angivet examinationstillfälle, och med bibehållen poäng från tidigare examinationsmoment.

Dispensansökan inlämnas till studierektor snarast efter, eller vid planerad frånvaro i god tid före, aktuellt examinationsmoment. Beviljad dispens upphör att gälla vid utgången av närmast påföljande termin.

Kurslitteratur

Obligatorisk litteratur:

Kotler, P., Armstrong, L. & Parment, A., 2020, Principles of Marketing, Scandinavian edition, Third edition, Pearson Education.

Svensson, P. & Östberg, J. 2016, Marknadsföring, människor och interaktion, Lund: Studentlitteratur, ISBN 9789144110042.