



Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam och PR I, kurspaket

Advertising and PR, Course Module

30.0 Högskolepoäng

30.0 ECTS credits

Kurskod: PR9501
Gäller från: ST 2015
Fastställd: 2015-03-12
Institution Företagsekonomiska institutionen

Huvudområde: Reklam och PR
Fördjupning: G1N - Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Beslut

Kursplanen är beslutat om och fastställd av Utbildningschef vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2015-03-12.

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
1521	Reklam & PR: grundläggande management	7.5
1522	Reklam & PR: grundläggande redovisning	7.5
1523	Reklam & PR: grundläggande marknadsföring	7.5
1524	Organisations- och marknadskommunikation	7.5

Kursens innehåll

Kursen består av följande fyra delkurser för vilka särskilda kursplaner finns fastställda:

- Reklam & PR: grundläggande management, 7.5 hp
- Reklam & PR: grundläggande redovisning, 7.5 hp
- Reklam & PR: grundläggande marknadsföring, 7.5 hp
- Organisations- och marknadskommunikation, 7.5 hp

Information om delkurserna framgår även av den kurspresentation som finns tillgänglig på varje delkurs hemsida, se www.sbs.su.se.

Förväntade studieresultat

Lärandemål

PR1521 - Reklam & PR: grundläggande management

Kursens övergripande syfte är att göra dig förtrogen med teorier som rör organisering och ledning av organisationer. Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. definiera grundläggande begrepp och åskådliggöra organisationer;
2. grunderna i vetenskapligt skrivande;

Färdighet och förmåga

3. analysera praktikens former för organisering och ledning;
4. formulera företagsekonomiska frågeställningar och problem;

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. kritiskt diskutera och värdera teorier och tanketraditioner.

PR1522 - Reklam & PR: grundläggande redovisning

Redovisning är en central del inom det företagsekonomiska ämnet. I kursen behandlas såväl teoretiska som praktiska aspekter inom området. På detta sätt ges studenter möjlighet att applicera och tillämpa de teoretiska principerna för externredovisning, samtidigt som tillämpningen sätts in i ett övergripande redovisningsteoretiskt perspektiv.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för grundläggande begrepp, samband och regler som rör företags externa redovisning.

Färdighet och förmåga

2. Upprätta ett bokslut.
3. Tillämpa olika värderingsmetoder samt analysera dess effekt på resultat och ställning.
4. Särskilja nyckeltal för att inhämta information om ett företags resultat och ställning.
5. Använda olika nyckeltal för att analysera ett företags ekonomiska resultat och finansiella ställning.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

6. Utvärdera och kritiskt reflektera över den information som presenteras i företags och andra organisationers årsredovisning.

PR1522 - Reklam & PR: grundläggande marknadsföring

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.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Motivera och argumentera för valet av teoretiska synsätt.
6. Kritiskt reflektera kring och utvärdera valda synsätt.

PR1524 - Organisations- och marknadskommunikation

Kursen utgör en introduktion till teorin om kommunikation, speciellt i förhållande till en organisations relation till sin invärld och omvärld, den behandlar teoretiska och praktiska teman inom ämnesområdet.

Viktiga teman är exempelvis relation, kultur, språk och samhälle.

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för och kritiskt granska teorier som rör centrala företeelser inom området kommunikation med inriktning mot en organisations marknadskommunikation; relatera och förklara centrala teman, teorier och forskningsperspektiv inom område.
2. Teoretiskt analysera kommunikativa fenomen i samhället

Färdighet och förmåga

3. Undersöka problem som rör kommunikation generellt men framför allt med inriktning mot en organisations marknadskommunikation genom att identifiera relevanta teorier från ämnesområdet; integrera teorier för att analysera och hantera komplexa kommunikationsproblem.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

4. Kritiskt reflektera och värdera kommunikation med inriktning mot en organisations marknadskommunikation i ett socialt och etiskt sammanhang; formulera hur teorier, modeller och metoder som rör centrala företeelser inom området kan tillämpa.

Undervisning

Undervisningen i delkurserna består av föreläsningar samt gruppövningar och/eller seminarier.

Undervisningens uppläggning framgår av information som inför varje termin finns tillgänglig på varje delkurs hemsida.

Kunskapskontroll och examination

Kurserna examineras på följande sätt:

I kurspaketet förekommer olika examinationsformer: individuell skriftlig tentamina, hemtentamina samt löpande examination. I kursplan för varje ingående kurs anges kursspecifika examinationsformer.

Betygsättning

Betyg ges på varje enskild kurs. Där betygsättning i respektive kurs anges enligt en sjugradig målrelaterad betygsskala. A,B,C,D och E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg.

Betygskriterier

Betygskriterier fastställs för varje kurs av examinator och anges i skriftliga anvisningar som finns tillgängliga på respektive kurs hemsida inför kursstart.

Kurskrav

Kurskrav kan förekomma enligt vad som anges i kursplanen för respektive kurs.

Övrigt

Studerande som godkänts på prov i kurs får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

Övergångsbestämmelser

När kursen inte längre ges, eller när kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under de tre följande terminerna efter det förändringen skett examineras enligt kursplan för avsedd kurs.

Begränsningar

Kurspaketet och dess delar får inte tillgodoräknas i examen samtidigt med sådan, inom eller utom landet genomgången och godkänd kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

Kurslitteratur

Kurslitteratur och andra läromedel fastställs varje läsår av Utbildningsnämnden (UN) och redovisas i kursplanen för varje ingående kursplan.