



Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring

Advertising and PR: Continuation Course in Marketing

7.5 Högskolepoäng

7.5 ECTS credits

Kurskod: PR2522
Gäller från: VT 2020
Fastställt: 2015-03-27
Ändrad: 2019-06-25
Institution Företagsekonomiska institutionen

Huvudområde: Reklam och PR
Fördjupning: G1F - Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Beslut

Kursplanen är fastställd av Utbildningschef vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2015-03-27. Senast revideringen bereddes av Utbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2019-06-10 och beslutades av prefekt vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2019-06-25.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

15hp från Reklam och PR I, eller motsvarande.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
2522	Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring	7.5

Kursens innehåll

Kursens syfte är att utveckla studentens kunskap kring marknadsföring och marknadsplanering på dagens konsumentmarknader. Under kursen ges en föreläsningsserie som introducerar tillvägagångssätt samt erbjuder fördjupningar inom områden som är aktuella för dagens marknadsförare. Här märks t ex förändrade konsumtionsmönster och köpbeteenden, konsumtionskultur, varumärkesstrategier, etiska avvägningar vid utformning av erbjudanden samt hållbarhetsfrågor. Dessa och andra frågeställningar som tas upp i grundkursen problematiseras i denna fortsättningskurs.

Dina kunskaper från grundkursen och de perspektiv och fördjupningar som denna fortsättningskurs erbjuder behandlas i en seminarierie där studenten tillämpar kunskaperna och presenterar dessa i ett projektarbete.

Förväntade studieresultat

Kursens övergripande syfte är att utveckla studentens kunskaper i marknadsplanering och konsumentbeteende.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Definiera grundläggande begrepp inom marknadsplanering, omvärldsanalys och konsumentbeteende på moderna marknader, samt metodologiska och hållbarhetsrelaterade förhållningssätt kopplat till begreppen.

2. Exemplifiera och förklara grundläggande begrepp.

Färdighet och förmåga

3. Tillämpa teorier, koncept, modeller och metoder för marknadsplanering.

4. Analysera en organisations förutsättningar och omvärldens betydelse i samband med tillämpningen med hänsyn tagen till hållbarhet samt övriga områden som tas upp i kurslitteraturen.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Motivera valet av teoretiska angreppssätt.

6. Kritiskt reflektera kring och utvärdera valda angreppssätt.

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 skriftlig tentamen: examinerar lärandemål 1, 2, 3, 4, 5, 6; utgör 70% av total kurspoäng.
2. Projektarbete: examinerar lärandemål 3, 4, 5; utgör 20% av total kurspoäng.
3. Opposition projektarbete: examinerar lärandemål 3, 6; utgör 10% av total kurspoäng.

Betyg

Efter fullgjord kurs erhåller studenten betyg enligt en skala relaterad till kursens lärandemål. A, B, C, D och E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg. Betyget Fx kan kompletteras till betyget E.

En kurs omfattar 100 kurspoäng. För att erhålla ett godkänt slutbetyg krävs minst 50 kurspoäng. Slutbetygen på kursen motsvaras av följande poängskala: A: 90-100; B: 80-89; C: 70-79; D: 60-69; E: 50-59; Fx: 45-49; F: 0-44. Betygen motsvarar summan av de poäng en student erhåller (av totalt 100) för de viktade examinationsmoment som utgör kursens kontinuerliga 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. Samtliga examinationsmoment bedöms enligt en 100-poängsskala.

Studenten ansvarar för att kursens examinationsmoment fullgörs: att ett tillräckligt antal kurspoäng uppnås och ett godkänt slutbetyg erhålls. Det avslutande examinationsmomentet är möjligt att genomgå två gånger med bibehållna kurspoäng från kursens övriga examinationsmoment: 1) under kursens gång; samt, om ett godkänt resultat på kursen (exakt eller fler än 50 kurspoäng) inte uppnåtts vid det första tillfället, 2) vid kursens andra, schemalagda examinationstillfälle. Kursens övriga examinationsmoment erbjuds en gång.

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

Underkänt betyg (Fx eller F) på kursen erhålls när student ej uppnått minst 50 kurspoäng:

- Om 45–49 kurspoäng uppnåtts erhålls betyg Fx, med möjlighet att inom 3 veckor efter att examinationsresultatet publicerats komplettera till betyget E. Efter att ha tagit del av resultatet kan studenten göra en Fx-uppgift enligt anvisning i studieanvisningen. Om komplettering ej inkommit inom denna tid, och kursens två avslutande examinationsmoment är genomförda, fastställs betyget, innebärande att studenten måste omregistrera sig på kursen, varvid tidigare erhållna kurspoäng förfaller.

- Om mindre än 45 kurspoäng uppnåtts erhålls betyg F, innebärande att studenten måste 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 att:

- återge, förstå och förklara kursens innehåll samt kursämnets vetenskapliga grund och metodologi;
- tillämpa kursens innehåll;
- kritiskt analysera kursens innehåll;
- problematisera 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 (Tillfredsställande) ☐

Studenten visar tillfredsställande 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.

Fx (Otillräckligt) ☐

Studentens kunskaper, förmågor och färdigheter inom kursens område visar mindre brister i helhet eller väsentlig del.

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 Marknadsföring II.

Övrigt

Dispens från examinationsmoment.

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

Hartmann, B.J., Parment, A., Soler, C. & Östberg, J., 2019, Unboxing marketing: creating value for consumers, firms, and society, Lund: Studentlitteratur.

Guyader, H., Ottosson, M. & Parment, A., 2019, Sustainable Marketing. Second edition, Lund: Studentlitteratur. ISBN 978-91-4412929-7.

Osterwalder, A. and Pigneur, Y., 2010, Business Model Generation: A handbook for Visionaries; Game Changers; and Challengers, John Wiley & Sons.

Vetenskapliga artiklar kan komma att användas, se kursens studieanvisning.