



Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam och PR II, kurspaket

Advertising and PR II, Course Module

30.0 Högskolepoäng

30.0 ECTS credits

Kurskod: PR9502
Gäller från: HT 2020
Fastställd: 2015-03-27
Ändrad: 2019-11-26
Institution Företagsekonomiska institutionen

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

Beslut

Kursplanen är beslutat om och fastställd av Utbildningschef vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2015-03-27. Reviderad av prefekten vid Företagsekonomiska institutionen, 2019-11-26.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

15hp från Reklam och PR I, eller motsvarande.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
2521	Reklamstrategi	7.5
2522	Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring	7.5
2543	Konsumtion, kultur och kommers	7.5
2542	Kreativa processer inom marknadskommunikation	7.5

Kursens innehåll

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

- Reklamstrategi, 7.5 hp
- Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring, 7.5 hp
- Konsumtion, kultur och kommers, 7.5 hp
- Kreativa processer inom 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

Reklamstrategi, 7.5 hp

Kursens övergripande syfte är att fördjupa studentens kunskaper om området reklam (marknadskommunikation).

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Förstå och förklara för kursens teorier och modeller som behandlar vilka effekter reklam har.
2. Förklara och illustrera grundläggande reklambegrepp.

Färdighet och förmåga

3. Analysera reklam mot en bakgrund av teorier och modeller inom ämnet.
4. Tillämpa kursens teorier och modeller i ett praktiskt reklamsammanhang.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Värdera och reflektera kring alternativa angreppssätt ur ett strategiskt, socialt och etiskt perspektiv.
6. Formulera och argumentera för valda angreppssätt.

Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring, 7.5 hp

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.

Konsumtion, kultur och kommers, 7.5 hp

Kursens övergripande syfte är att introducera studenterna för ett teoretiskt ramverk för att kunna analysera skärningspunkten mellan konsumtion, kultur och kommers.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Beskriva och jämföra teorier och centrala begrepp som behandlar konsumtionskultur.

Färdighet och förmåga

2. Tillämpa olika teoretiska tillvägagångssätt för konsumtion för att förstå deras betydelse i olika kulturella

miljöer.

3. Reflektera, argumentera och övertyga om ställningstaganden i relation till frågor om konsumtionskultur.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

4. Analysera konsumtionskultur som ideologisk ram för att förstå hur företag, konsumenter och andra intressenter samproducerar kommersiella symbolers innebörder i samhället.

5. Kritiskt reflektera över marknadskommunikationens roll i konsumtionskulturen och ansvaret för dem som använder teknologier för marknadskommunikation.

Kreativa processer inom marknadskommunikation, 7.5 hp

Kursen utgör en introduktion till olika perspektiv på kreativa processer.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Förstå och kunna redogöra för kursens teorier och modeller som rör kreativa processer.

Färdighet och förmåga

2. Tillämpa färdigheter när det gäller hur kreativitet kan stimuleras och upprätthållas.

3. Planera projektarbete med hänsyn till kreativitet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

4. Reflektera kring alternativa synsätt på kreativa processer.

5. Värdera alternativa angreppssätt för projektledning av kreativa processer.

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.