Företagsekonomiska institutionen

Stockholms universitet

Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam och PR III, kurspaket **30.0 Högskolepoäng**
Advertising and PR III, Course Module **30.0 ECTS credits**

Kurskod:	PR9503
Gäller från:	VT 2020
Fastställd:	2015-03-04
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

Kurspaketet har fastställts av Utbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 2015-03-04. 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

120 högskolepoäng varav 45 högskolepoäng från Reklam och PR I och II, eller motsvarande.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
3930	Examensarbete i reklam och PR för kandidatexamen	15
3522	Forskningsmetoder i reklam och PR	7.5
3524	Reklam och PR: Forskningsteman i marknadsföring	7.5

Kursens innehåll

Kursen består av tre obligatoriska delkurser vilka läses i angiven ordning.

1. Reklam och PR: Forskningsteman i marknadsföring (Advertising and PR: Research Topics in Marketing), 7.5 hp

2. Forskningsmetoder i reklam och PR (Research Methods in Advertising and PR), 7.5 hp

3. Examensarbete i Reklam och PR för kandidatexamen (Bachelor's Degree Thesis in Advertising and Public Relations), 15 hp

Förväntade studieresultat

Reklam och PR: Forskningsteman i marknadsföring (Advertising and PR: Research Topics in Marketing)

Lärandemål

Kursens övergripande syfte är att integrera, utveckla och fördjupa kunskaper om olika delområden inom marknadsföring samt hur komplexa problem inom marknadsföring kan förstås och hanteras i företag och andra organisationer.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för och kritiskt granska teorier som rör centrala företeelser inom marknadsföring; relatera och förklara centrala teman, teorier och forskningsperspektiv inom området till varandra;

Färdighet och förmåga

2. Undersöka problem som rör marknadsföring genom att identifiera relevanta teorier från ämnesområdet; integrera teorier för att analysera och hantera komplexa marknadsföringsproblem.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

3. Kritiskt reflektera över marknadsföring i ett socialt och etiskt sammanhang; formulera hur teorier, modeller och metoder som rör centrala företeelser inom marknadsföring kan tillämpas.

Forskningsmetoder i reklam och PR (Research Methods in Advertising and PR)

Lärandemål

Det övergripande syftet med kursen är att ge grundläggande insikter i företagsekonomisk forskning inom marknadsföring och reklam och PR, dess metodologier och metoder, samt i tillämpningen av dess teorier och begrepp; och därigenom skapa en vetenskaplig grund för skrivandet av ett kandidatexamensarbete.

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. visa insikter i företagsekonomiskt problematiseringsarbete, teoretiska studier och dess tillämpningar, forskningsansatser och metoder;

Färdighet och förmåga

2. problematisera företagsekonomisk forskning och/eller praktik inom marknadsföring, reklam och PR;

3. identifiera, diskutera och motivera olika sätt att använda företagsekonomiska teoribildningar och begrepp inom marknadsföring, reklam och PR;

4. identifiera, diskutera och motivera olika sätt att tillämpa företagsekonomiska forskningsansatser och metoder inom marknadsföring, reklam och PR;

5. visa noggrannhet och stringens avseende språkbehandling, vetenskapliga formaliteter och angivna tidsramar;

Värderingsförmåga och förhållningssätt

6. värdera företagsekonomisk forskning inom marknadsföring, reklam och PR med hänsyn till samhälleliga aspekter.

Examensarbete i Reklam och PR för kandidatexamen (Bachelor's Degree Thesis in Advertising and Public Relations)

Lärandemål

Det övergripande syftet med ett kandidatexamensarbete är att ge den studerande grundläggande träning i att tänka, arbeta och skriva vetenskapligt – att tillämpa vetenskapsteoretiska, metodologiska och teoretiska begrepp och perspektiv på en i tidigare forskning grundad problematik inom huvudområde reklam och PR.

Kursens lärandemål utgår från de krav på kunskaper, förmågor och förhållningssätt som formulerats för kandidatexamen i Högskoleförordningens Examensordning (bilaga 2).

Efter genomfört kandidatexamensarbete förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Utveckla och formulera en i tidigare forskning inom huvudområdet grundad problematik.

Färdighet och förmåga

2. Diskutera, utvärdera och använda teorier och begrepp vid litteraturstudier, problematiseringsarbete och analys av empiriskt material.

3. Diskutera, redogöra för och motivera val av forskningsansats och forskningsmetod.

4. Visa noggrannhet och stringens vad gäller vetenskaplig akribi, formalia och angivna tidsramar.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Producera ett teoretiskt och empiriskt grundat kunskapsbidrag.

6. Värdera det egna arbetet och dess kunskapsbidrag med hänsyn till vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter.

Undervisning
Undervisning i delkurserna består av föreläsningar, gruppövningar och/eller seminarier. Undervisningens upplägg framgår av information som inför varje termin finns tillgänglig på respektive delkursens hemsida.

Kunskapskontroll och examination
Kurserna examineras på följande sätt:

I kurspaketet förekommer olika examinationsformer såsom individuell skriftlig tentamina, hemtentamina samt löpande examination i enlighet med vad som anges för respektive delkurs.

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 kursens 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 redovisas i respektive delkursernas kursplaner, studieanvisningar eller på

hemsidan.