

Marknadskommunikation, 7,5 hp

Marketing Communication, 7,5 HE credits

Beslutad: 2017-11-07

Beslutande: Institutionen för Ekonomi och IT

Gäller från: V18

Kursens mål

Kursen syftar till att ge studenten fördjupad kunskap inom området marknadskommunikation.

Efter att ha genomgått kursen ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för, diskutera och kritiskt granska marknadskommunikationens teorier, funktionssätt och verktyg relaterat till aktuell forskning inom området.

Färdighet och förmåga

2. Självständigt söka, samla in och värdera information som underlag för planering av användning av olika typer av medier (såväl konventionella, som digitala) i marknadsföringssyfte;

3. Självständigt söka, samla in, värdera och analysera information som underlag för upprättande av marknadskommunikationsplaner, samt muntligen och skriftligen redogöra för dessa i enlighet med givna anvisningar, akademiska krav på språk och form samt inom givna tidsramar.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

4. Kritiskt diskutera företags marknadskommunikationsinsatser.

Behörighetskrav

Fullgjorda kursfordringar om 60 högskolepoäng i företagsekonomi varav 30 högskolepoäng på nivå 31-60 hp, samt 15 hp marknadsföring motsvarande kurserna Marknadsföring I, MFA101 och Marknadsföring II, MFB300. MFB300 kan ersättas av Detaljhandelns marknadsföring DMB101.

Formerna för bedömning av studenternas prestationer

Kursen examineras genom individuell salstentamen (lärandemål 1) samt genom projektarbete genomfört i grupp, som presenteras och försvaras vid ett seminarietillfälle vid vilket studenten även opponerar på ett annat lags arbete (lärandemål 2-4). Närmare anvisningar, betygskriterier, och tidplan för samtliga bedömningsmoment för ordinarie examination samt

omprövning delges studenterna skriftligt i kurs-PM vid kursens start.

Kursens innehåll

Kursen är uppdelad i tre delar och behandlar följande:

- Marknadskommunikationens grunder, olika kommunikationsteorier, marknadskommunikationsindustrins struktur och organisation samt etiska frågor inom marknadskommunikation.
- Strategi och planeringsfrågor: integrerad marknadskommunikation, planering av kommunikationsstrategier, positionering, varumärkesuppbyggnad, företagsidentitet bl.a.;
- Marknadskommunikationsmixen, dvs. de verktyg, medier samt budskap som organisationer kan använda sig av för att kommunicera med sina målgrupper.

Övriga föreskrifter

Betygskala: F/Fx/E/D/C/B/A - Otillräckligt, Otillräckligt - ytterligare prestationer krävs innan betyg kan ges, Tillräckligt, Tillfredsställande, Bra, Mycket bra, Utmärkt

Undervisningsspråk: Undervisningen bedrivs på engelska.

Generella regler för examination vid Högskolan Väst finns på www.hv.se.

Om den studerande har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning har examinator rätt att examinera den studerande i en anpassad examinationsform.

Överlappar annan kurs

MKC500

Nivå

Grundnivå

Successiv fördjupning

G2F - grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Huvudområde(n)

Företagsekonomi