



Kursplan för:

Medie- och kommunikationsvetenskap GR (A), Marknadskommunikation, 7,5 hp

Media and Communication Science BA (A), Market Communication, 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	MK033G
Ämne/huvudområde	Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå	Grundnivå
Progression	(A)
Inriktning (namn)	Marknadskommunikation
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	G1N , Kursen ligger på grundnivå och har endast gymnasiala förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Samhällsvetenskap 100%
Ansvarig avdelning	Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap
Inrättad	2007-11-05
Fastställd	2007-12-07
Senast reviderad	2013-09-29
Giltig fr.o.m	2014-01-20

Syfte

Syftet med kursen är att ge kunskaper om grundläggande teorier och begrepp inom marknadsföring med fokus på marknadskommunikation. I kursen diskuteras marknadsföringens mikro- och makro miljö, målformulering, strategiska överväganden, samt målgrupper och olika kanalval utifrån ett kampanjperspektiv.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

- definiera och förklara grundläggande teorier, historisk utveckling, begrepp, modeller och sammanhang inom marknadsföring och marknadskommunikation samt användbarheten och begränsningarna hos dessa
- beskriva hur processen kring planering och genomförande av marknadskommunikationsplaner går till
- beskriva och diskutera möjliga budskaps- och kanalval samt argumentera för vad som ger största möjliga genomslag
- reflektera kring en kampanj utifrån budskapsutformning i förhållande till tänkta målgrupper
- beskriva hur den digitala utvecklingen påverkar arbetet med marknadskommunikation

Innehåll

Kursen behandlar centrala teoretiska utgångspunkter och principer inom marknadsföring. Kursen belyser kopplingen mellan marknadsföring, marknadskommunikation och samhällskommunikation.

Kursen tar upp olika verktyg inom området marknadskommunikation samt hur dessa verktyg kan användas i syfte att kommunicera med en organisations omvärld.

Kursen beskriver processen med att arbeta fram en marknadsplan, d.v.s. kursen tydliggör hur olika budskapsstrategier och kanalval för marknadskommunikation kan integreras i en kampanjsituation.

Kursen avslutas med en kampanjanslys med fokus på utformning av budskap i förhållande till tilltänkta målgrupper.

Behörighet

Grundläggande behörighet

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Undervisning

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktiska övningar.

Vid distanskurs gäller följande: Inga sammankomster. Undervisningen sker enbart via nätbaserade moment. För genomförande av kursen krävs tillgång till dator med Internetuppkoppling.

Examination

Campuskursen examineras genom skriftliga och muntliga redovisningar såväl individuellt som i grupp. Vissa kursmoment är obligatoriska på campuskursen.

Distanskursen examineras genom individuella skriftliga uppgifter.

Betygskriterier för ämnet finns på www.miun.se/betygskriterier.

Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Titel: Marknadsföringslagen 2008:486

Upplaga: 2008

Kommentar: <https://lagen.nu/2008:486>

Författare/red: Grunig, James E, Grunig Larissa A

Titel: The Relationship between public relations and marketing in excellent organisations: evidence from the IABC study

Upplaga: 1998

Kommentar: Forskningsartikel: Journal of Marketing Communications 4
Sidor: 141-162

Författare/red: Kotler, Philip, Wong, Veronica, Saunders, John A & Armstrong, Gary

Titel: Principles of marketing, Swedish edition

Upplaga: 2011

Förlag: Prentice Hall

Kommentar: Svenska versionen

Författare/red: Mårtensson, Rita

Titel: Marknadskommunikation - Kund, Värde, Lönsamhet

Upplaga: 2009

Kommentar: Kapitel 1, 5 - 12.

Författare/red: Olof Holm

Titel: Integrated marketing communication: from tactics to strategy

Upplaga: 2006

Förlag: Emerald Group Publishing Limited

Kommentar: Publikation: Corporate Communications: An International Journal Vol. 11 No. 1

Sidor: pp. 23-33

Kommentar: DOI 10.1108/13563280610643525

Författare/red: Tufvesson, Ingmar

Titel: Hundra år av marknadsföring

Upplaga: 2005

Förlag: Studentlitteratur

Kommentar: ISBN13: 9789144028217

Övrig information

Eventuella kostnader för resor och material bekostas av studenten.