



Kursplan

för kurs på grundnivå

Reklam & PR: fortsättningskurs i marknadsföring

Advertising and PR: Continuation Course in Marketing

7.5 Höskolepoäng

7.5 ECTS credits

Kurskod:	PR2522
Gäller från:	VT 2021
Fastställt:	2015-03-27
Ändrad:	2020-04-03
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, 2020-03-16 och beslutades av prefekt vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2020-04-03.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

15hp från Reklam och PR I, eller motsvarande.

Kursens uppläggning

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

Kursens innehåll

Kursens syfte är att utveckla studentens kunskap kring marknadsföring 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 samhällsförändringar såsom globalisering, polarisering och ökat fokus på hållbarhetsfrågor samt fördjupningar inom viktiga delar av ämnet såsom marknadsundersökningar och konsumtionskulturer. 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 seminarieserie där studenten tillämpar kunskaperna och presenterar dessa i ett projektarbete. Närmare anvisningar för projektarbetet ges i studieanvisningen

Förväntade studieresultat

Kursens övergripande syfte är att utveckla och fördjupa studentens kunskaper i marknadsföring.

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Definiera grundläggande begrepp inom hållbarhetsfrågor, marknadsundersökningar och konsumtionskulturer, samt metodologiska och hållbarhetsrelaterade förhållningssätt kopplat till begreppen.

2. Exemplifiera och förklara grundläggande begrepp.

Färdighet och förmåga

3. Tillämpa teorier, koncept, modeller och metoder inom de områden som kursen behandlar.

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 och 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.

Studenten skall vara närvarande vid projektarbetets seminarier för att kunna tillgodogöra sig projektarbetet.

För att bli godkänd på kursen gäller att studenten måste ha minst 50% av maxpoäng på individuell tentamen.

Betyg

Efter fullgjord kurs erhåller studenten betyg enligt en skala relaterad till kursens lärandemål. A, B, C, D och E är godkända betyg. F är underkänt betyg.

Kursen omfattar 100 kurspoäng. För att erhålla ett godkänt slutbetyg krävs minst 50 kurspoäng på de båda momenten individuell tentamen och projektarbete efter viktning enligt ovan. Dessutom måste studenten uppnå minst 50% av maxpoängen för individuell tentamen.

Slutbetygen på kursen motsvaras av följande poängskala: A: 90-100; B: 80-89; C: 70-79; D: 60-69; E: 50-59; F: 0-49. Betygen motsvarar summan av de poäng en student erhåller (av totalt 100) för de viktade examinationsmoment som utgör kursens 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.

Examinationsmomentet projektarbete bedöms enligt en 100-poängsskala i intervaller om fem poäng. Studenten måste erhålla minst 50 poäng. Studenten kan alltså få 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 95 eller 100

poäng för att examinationsmomentet ska räknas.

Examinationsmomentet opposition projektarbete bedöms enligt en 100-poängsskala i intervaller om fem poäng. Studenten måste erhålla minst 50 poäng för att examinationsmomentet ska räknas.

Studenten ansvarar för att kursens examinationsmoment fullgörs: att ett tillräckligt antal kurspoäng uppnås och ett godkänt slutbetyg erhålls.

Kurspoängen från examinationsmoment 2 behåller studenten under terminen, dvs. om ett godkänt resultat på kursen (≥ 50 kurspoäng) inte uppnåtts vid det första tillfället för individuell tentamen behåller studenten resultatet från examinationsmoment 2) vid kursens andra, schemalagda examinationstillfälle. Den individuella tentamen erbjuds alltså två gånger, kursens övriga examinationsmoment erbjuds en gång.

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

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

- Om 0-49 kurspoäng uppnåtts erhålls betyg F, innebärande att studenten måste omregistrera sig på kursen, varvid tidigare erhållna kurspoäng förfaller.

Omregistrering innebär att:

- förstagsregistrerade studenter har förtur till kursens gruppanmälan;
- det avslutande examinationsmomentet kan omexamineras, utan närvaro vid kursens övriga läraaktiviteter 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 samhällsrelaterade 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.

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., 2020, Unboxing marketing: creating value for consumers, firms, and society, Lund: Studentlitteratur, ISBN: 9789144137506.

Guyader, H., Ottosson, M. & Parment, A., 2020, Marketing and Sustainability, Lund: Studentlitteratur. ISBN 9789144139869.

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