

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	MK079G
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	Övrigt 100%
Ansvarig institution	Medie- och kommunikationsvetenskap
Inrättad	2007-11-05
Fastställd	2017-10-31
Senast reviderad	2021-03-25
Giltig fr.o.m	2021-07-01

Syfte

Syftet med kursen är att ge kunskaper om grundläggande teorier och begrepp inom marknadskommunikation. I kursen diskuteras marknadsföringens mikro- och makromiljö, 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 desamma
- 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 marknadskommunikation. 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 marknadsstrategi, 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

M101: Skriftlig rapport (enskilt arbete), 3,0 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

M200: Muntlig redovisning (grupparbete), 1,0 hp

Betygsskala: U, G

M201: Skriftlig hemtentamen (enskilt arbete), 4,5 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

M300: Skriftlig rapport (grupparbete), 2,0 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

M400: Skriftlig tentamen (enskilt arbete), 4,5 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

Campuskursen examineras genom:

M200 1 hp Muntlig redovisning (grupparbete)

Betyg: Godkänd (G) eller Underkänd (U).

M300 2 hp Skriftlig rapport (grupparbete)

Betyg: A,B,C,D,E,FX eller F. A-E är Godkänt, och Fx och F är Underkänt.

M400 4,5hp Skriftlig tentamen (enskilt arbete)

Betyg: A,B,C,D,E,FX eller F. A-E är Godkänt, och Fx och F är Underkänt.

Distanskursen examineras genom:

M101 3hp Skriftlig rapport (enskilt arbete)

Betyg: A,B,C,D,E,FX eller F. A-E är Godkänt, och Fx och F är Underkänt.

M201 4,5hp Skriftlig hemtentamen (enskilt arbete)

Betyg: A,B,C,D,E,FX eller F. A-E är Godkänt, och Fx och F är Underkänt.

För att få ett godkänt slutbetyg på kursen ska alla delmoment ovan vara godkända.

Om en student har ett beslut från samordnaren vid Mittuniversitetet om pedagogiskt stöd vid funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge anpassad examination till studenten.

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

Begränsning av examination

Studenter registrerade på denna version av kursplan har rätt att erbjudas tre examinationstillfällen inom loppet av ett år enligt angivna examinationsformer. Därefter gäller examinationsform enligt senast gällande version av kursplan.

Betygsskala

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

Övrig information

Begränsning av undervisning:Handledning från kursansvarig lärare erbjuds endast i samband med det kurstillfälle då studenten antas till kursen.

Eventuella kostnader för resor och material bekostas av studenten.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare: Achrol, Ravi S. and Kotler, Philip
Artikeltitel: Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium
Tidskrift: 2012, Volume 40, Issue 1, pp 35–52
År/Volym/nr/sidor: Journal of the Academy of Marketing Science
Kommentar: 17 sidor

Författare: Bala, Madhu & Verma, Deepak
Artikeltitel: A Critical Review of Digital Marketing
Tidskrift: International Journal of Management, IT & Engineering
År/Volym/nr/sidor: 2018, 8(10), 321-339
Webbadress: <https://ssrn.com/abstract=3545505>
Kommentar: 18 sidor

Författare/red: Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona
Titel: Digital marketing
Upplaga: Senaste
Förlag: Pearson Education
Kommentar: ca 576 sidor

Författare: Eric H. Shaw, D. G. Brian Jones
Artikeltitel: A history of schools of marketing thought
Tidskrift: 2005, Volume 5(3)!KOLON! 239–281
År/Volym/nr/sidor: Marketing Theory
Kommentar: 42 sidor

Författare/red: Micael Dahlén, Fredrik Lange, Sara Rosengren
Titel: Optimal marknadskommunikation
Upplaga: Senaste upplagan
Förlag: Liber
Kommentar: 514 sidor

Referenslitteratur

Titel: Marknadsföringslagen 2008:486
Upplaga: 2008
Kommentar: <https://lagen.nu/2008!KOLON!486>

Kurskompendium tillkommer.

Signature page

This document has been electronically signed
using eduSign.

eduSign