



Eventmarknadsföring

Event Marketing

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 21EM1C

Version: 3.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2014-10-08

Gäller från: HT 2014

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarade kurser om sammanlagt 45 högskolepoäng inom Event Managementutbildningen varav 7,5 högskolepoäng ska utgöras av kursen Grundläggande marknadsföring för event eller motsvarande.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen ger en fördjupad förståelse för hur evenemang kan användas av företag i sin marknadsföring genom att studenterna i grupp gör en fördjupning inom ett av nedanstående ämnen som de sedan tar ansvar för att lära ut till sina studiekamrater. Utöver detta innehåller kursen träning i presentationsteknik med syfte att träna studenterna i att genomföra studentlektionerna. Därmed kommer innehållet att täcka relevanta områden inom eventmarknadsföring tex.

- Eventmarknadsföring som begrepp
- Sponsring
- Mässor och utställningar
- Butiksevenemang
- Utvärdering av evenemang
- E-evenemang i marknadsföringen
- PR och eventmarknadsföring
- Branding och eventmarknadsföring
- Eventmarknadsföring ur ett hållbarhetsperspektiv

Mål

Kursen ger en fördjupad förståelse för hur evenemang kan användas av företag i sin marknadsföring för att skapa en interaktiv kommunikation med sina kunder samt stärka sitt varumärke. Den ska ge studenterna en inblick i varför och hur företag riktar evenemangen mot specifika kundgrupper för att nå önskad effekt samt hur företagen mäter effekterna av dessa evenemang.

Efter avklarad kurs ska den studerande kunna:

- att med hjälp av teorier, modeller och praktiska exempel förstå hur företag kan arbeta på ett strategiskt sätt med upplevelser och evenemang i sin marknadsföring,
- visa förståelse för eventmarknadsföring som begrepp,
- visa förståelse för hur ett evenemang kan användas för att skapa en interaktiv kommunikation med vald målgrupp,
- visa förståelse för hur ett marknadsföringsevenemang kan utvärderas och
- kunna sammanställa och fördjupa sin kunskap inom ett valt område inom eventmarknadsföring samt kommunicera denna skriftligen och muntligen till sina klasskamrater.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar, ett seminarium i presentationsteknik samt studentföreläsningar.

Examinationsformer

Kursen examineras genom skriftlig tentamen samt en inlämningsuppgift. För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på den skriftligatentamen och inlämningsuppgiften. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt på den skriftliga tentamen.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Cornwell, T. Bettina. (2014). Sponsorship in Marketing. Routledge

Preston, Chris (2012). Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. 2. ed. Hoboken, N.J.: Wiley.

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Resultatet av utvärderingen publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida kurs- och utbildningsutveckling.

Övrigt

Kursen ingår i Event Management.