HÖGSKOLAN I BORÅS

Eventmarknadsföring
Event Marketing
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 21EM1C
Version: 4.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-10-26
Gäller från: HT 2017

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
Eventmarknadsföring är ett samlingsnamn för den typ av marknadsföring som görs via evenemang där ett företag möter sin målgrupp. Det kan handla om alltifrån mässdeltagande till att sponsra stora idrottsevenemang. Kursen ger en övergripande bild av hur företag med hjälp av eventmarknadsföring kan skapa en interaktiv kommunikation med sina kunder samt stärka sitt varumärke, med fokus på marknadsföringsaktiviteter så som sponsring, mässor, butiksevenemang och utställningar. Kursen tar också upp hur företag kan rikta evenemang mot specifika kundgrupper för att nå önskad effekt samt hur effekterna av evenemang kan mätas och följas upp.

Mål
Studenten ska efter avklarad kurs kunna:

Kunskap och förståelse
1.1 redovisa hur företag kan arbeta på ett strategiskt sätt med upplevelser och evenemang i sin marknadsföring,
1.2 beskriva och argumentera för hur ett evenemang kan användas för att skapa en interaktiv kommunikation med valda målgrupper,
1.3 redogöra för olika modeller för utvärdering av marknadsföringsevenemang,

Färdigheter och förmågor
2.1 kunna sammanställa sin kunskap inom ett valt område inom eventmarknadsföring samt kommunicera denna kunskap både skriftligt och muntligt,
2.2 planera, organisera och utvärdera olika eventmarknadsföringsaktiviteter,
2.3 designa vitala komponenter vid utformning av olika eventmarknadsföringsaktiviteter samt

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 kritiskt utvärdera olika teoribildningar inom eventmarknadsföringsområdet i förhållande till specifika tillämningar.

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

Examinationsformer
Inlämningsuppgift: genomförs i grupp, skriftlig inlämning och muntlig presentation vid ett seminarium
Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 och 2.3
Högskolepoäng: 3,0

Betygsskala: U/G

Tentamen: skriftlig individuell tentamen
Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3 och 3.1
Högskolepoäng: 4,5
Betygsskala: U/G/VG

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på den skriftliga tentamen 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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Cornwell, T. Bettina. (2014).Sponsorship in Marketing. London and New York: 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 kursutvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i utbildningsprogrammet Event Management.