



Projektorienterad och reflekterande marknadsföringspraktik Project Based and Reflective Marketing Practise

15 högskolepoäng

15 credits

Ladokkod: 21PM2C

Version: 1.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2014-08-13

Gäller från: VT 2014

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarade kurser om sammanlagt 60 högskolepoäng i företagsekonomi med inriktning mot marknadsföring.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Fallstudier är ett sätt att komma i kontakt med marknadsföringspraktiken såsom den ter sig i samband med professionsutövandet, men där studenten behåller en god balans mellan praktik och akademisk kunskap. Studenten deltar, observerar och utvecklar färdigheter och förhållningssätt i ett kontextuellt lärande inom marknadsföring. Beroende på valda områden inom marknadsföringspraktiken används för ämnet relevanta teoretiska perspektiv. Vunna erfarenheter från undersökningarna översätts till meningsfull kunskap som kan vidareutvecklas i en framtida yrkesroll. Under kursen fördjupar studenten sina teoretiska och praktiska färdigheter inom marknadsföring i riktning mot dess praktik. Detta sker genom studentens medverkan i verkliga eller simulerade förhållanden bland företag och organisationer. Studier kan delvis genomföras som praktik på en arbetsplats.

Mål

Kursens övergripande mål är att studenten ska kunna beskriva, kritiskt värdera och reflektera kring marknadsföringsfrågor, som ingår i mer avancerat arbete på fältet bland företag och /eller förvalningar, inom av studenten valt professionsfält. De fördjupande praxisinriktade studierna skall främja studentens förmåga att konkret kunna använda sin kunskap i praktisk tillämpning.

Studenten ska efter avklarad kurs självständigt kunna:

Kunskap och förståelse

1. inhämta ny kunskap inom marknadsföringsområdet,

Färdigheter och förmågor

2. självständigt avgänsa, planera och genomföra en fallstudie eller motsvarande praktisknära studie med relevans för yrkesområdet och som kan bidra till kunskap om hur teorier inom området och marknadsföringspraktiken integreras,
3. tillämpa varierande perspektiv, teorier och metoder som är relevanta för marknadsföringsområdet för att samla in, beskriva och förklara marknadsföringspraktik
4. skriftligt och muntligt presentera resultat,
5. självständigt och aktivt delta i seminariediskussioner,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

6. analysera och bedöma marknadsföringsproblem inom berört fält, samt
7. visa en metodologisk medvetenhet och ett kritiskt förhållningssätt.

Undervisningsformer

Studenterna kommer kontinuerligt att läsa, observera, skriva, reflektera och samtala under kursens gång. Parallellt med själva fältarbetet bedrivs undervisning bestående av föreläsningar och seminarier. Seminarierna är orienterade mot att studenten själv ska reflektera kring den kunskap de utvecklar i mötet mellan dem själva, litteraturen och professionsfältet, där tillfälle ges att pröva idéer och utbyta kunskapsfarenheter. Undervisningen bedrivs på svenska. Undervisning på engelska kan förekomma liksom engelskspråkig litteratur.

Examinationsformer

Examination sker genom skriftlig och muntlig avrapportering, aktivt deltagande i obligatoriska seminarier samt genomförande av två obligatoriska inlämningsuppgifter a totalt 3 poäng (moment I och II nedan) samt ytterligare inlämningsuppgifter motsvarande totalt 12 poäng med praktik- och/eller caseinriktning där studenten själv väljer hur dessa skall sättas samman.

Obligatoriska moment:

- I. Ett introducerande obligatorisk fall med obligatorisk seminarium (mål 4, 5 och 7)
- II. En forskningsöversikt med obligatoriskt seminarium (mål 1, 4 och 5)

I samråd med studenten kombinera en eller flera av följande moment till hel kurs (i samtliga moment ingår obligatorisk seminarium för godkänt):

- III. Fyra casestudier (mål 3, 4, 5 och 7)
- IV. Skriva ett eget case (mål 2, 3, 4, 5, 6 och 7)
- V. Praktik med praktikrapport och loggbok (mål 2, 3, 4 och 5)
- VI. Praktikrapport (mål 2, 3, 4, 6 och 7)

För betyget Godkänd på hel kurs krävs aktivt seminariedeltagande och godkända inlämningsuppgifter. För betyget Väl Godkänt krävs på hel kurs krävs härutöver väl godkänt på det obligatoriska moment II, samt väl godkänt på två ytterligare inlämningsuppgifter hänförande till moment III, IV eller VI.

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

Studenten sätter själv samman sin läslista utifrån de uppgifter som görs, totalt ska ett minimum av tjugotalet forskningsartiklar ingå.

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med institutionens riktlinjer, där studenternas synpunkter skall inhämtas. Resultatet av utvärderingen publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med institutionens riktlinjer, och ligger till grund för framtida kurs- och utbildningsutveckling.

Övrigt

Kursen ingår i Civilekonomprogrammet.