HÖGSKOLAN I BORÅS

# Strategisk marknadsföring för Event
## Strategic Marketing for Event Studies

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

---

**Ladokkod:** 21SE1B
**Version:** 5.0
**Fastställd av:** Utbildningsutskottet 2015-06-17
**Gäller från:** HT 2015

**Nivå:** Grundnivå
**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G1F)
**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap
**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi
**Förkunskapskrav:** Avklarad kurs Grundläggande marknadsföring för Event 7,5 högskolepoäng eller motsvarande.
**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll

Kursen tar upp strategisk marknadsföring som en skolbildning inom marknadsföringsämnet. Vidare behandlas olika perspektiv på strategisk marknadsföring. Kursen behandlar sedan fyra delar av strategisk marknadsföring (1) utgångspunkter internt såväl som i omgivningen, (2) beslutsfattande utifrån de utgångspunkter som identifierats, (3) möjliga strategier och slutligen (4) implementering, kontroll och uppföljning. Dessutom behandlas företagets sociala, etiska och miljömässiga ansvar kopplat till strategisk marknadsföring.

### Mål

Studenten ska efter avklarad kurs kunna:

*Kunskap och förståelse*
1. redogöra för den strategiska marknadsföringens grundantaganden,
2. redogöra för relevanta begrepp och teoretiska modeller inom strategisk marknadsföring,
3. redogöra för etiska, sociala och miljömässiga aspekter kopplat till strategisk marknadsföring,

*Färdigheter och förmåga*
4. demonstrera förmåga att applicera begrepp och teorier samt vetenskapliga resonemang på verkliga fall,
5. planera, utforma och följa upp marknadsföringsstrategier,
6. identifiera och genomföra relevanta strategiska analyser utifrån givna praktiska förutsättningar,
7. systematiskt söka och sammanställa information från relevant litteratur, vetenskapliga artiklar, databaser, hemsidor etc.

*Värderingsförmåga och förhållningssätt*
8. förhålla sig till olika perspektiv och utgångspunkter inom strategisk marknadsföring samt
9. ifrågasätta och utvärdera strategisk planering samt diskutera och jämföra alternativa lösningar.

### Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar som varvas med seminarier och grupparbeten. Undervisningen sker på svenska eller engelska. Litteraturen är på engelska och svenska.

### Examinationsformer

Kursen examineras genom fyra gruppvis skriftliga inlämningar (lärandemål 4,5,7 och 8) samt aktiv närvaro vid fyra obligatoriska seminarier (lärandemål 9). Vid seminarierna ska gruppen muntligen presentera en av de skriftliga inlämningarna samt ansvara för att leda diskussionen kring en annan grupps skriftliga inlämning.
Ytterligare examinationsmoment är en skriftlig tentamen (lärandemål 1,2,3 och 6).

För godkänt betyg på kursen krävs godkänt betyg vid obligatoriska seminarier, godkänt betyg på samtliga skriftliga inlämningar samt godkänt betyg på skriftlig tentamen. För väl godkänt betyg på hel kurs krävs dessutom väl godkänt betyg 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

West, Douglas, Ford, John och Ibrahim, Essam (2015) Strategic Marketing:Creating competitive advantage

Artiklar och kompendier

## 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 ges inom Event managementutbildningen.
Kursen har utformats som en progression med utgångspunkt från kursen Grundläggande marknadsföring för Event 7,5 högskolepoäng