



## Marknadskommunikation Marketing Communication

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** SMK012

**Version:** 3.0

**Fastställd av:** Utbildningsutskottet 2011-05-11

**Gäller från:** HT 2011

**Nivå:** Grundnivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G2F)

**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap

**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi

**Förkunskapskrav:** Grundläggande behörighet samt avklarade kurser om sammanlagt 45 högskolepoäng i företagsekonomi.

**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll

Kursen behandlar på fördjupande nivå i nämnd ordning:

- Marknadskommunikationsteori; Dominerande teoribildning på marknadskommunikationsområdet, Kommunikationsstrategier, Verktyg för omvärldskommunikation
- Marknadskommunikationens betydelse för företaget; Marknadskommunikationens betydelse för företags framgång, Marknadskommunikationens effekter på lång och kort sikt, Hantering av negativ publicitet
- Planering, genomförande och uppföljning av marknadskommunikationsplaner; Kommunikationsmål och målgruppers betydelse för mediavalet, Varumärkestödande marknadskommunikation, Konstruktion av salienta varumärken
- Interaktiva marknadskommunikationsverktygs, begränsningar och möjligheter; Personlig försäljning, Internet som kommunikationskanal (webb, e-post, bloggar, communities), Wireless communication och interaktiv TV, Callcenters och telemarketing, Klagomålshantering

### Mål

Studenten ska efter genomgången kurs kunna

- planera, genomföra och följa upp en marknadskommunikationsplan
- ifrågasätta tillförlitligheten och bakomliggande antaganden i olika kommunikationsteoretiska modeller
- beskriva och kritiskt värdera de viktigaste beståndsdelarna inom dominerande teoribildning på marknadskommunikationsområdet
- redogöra för vad som kännetecknar olika kommunikationsverktygs betydelse för en organisations omvärldskommunikation samt för hur de kan användas i olika syften
- kritiskt diskutera och värdera hur marknadskommunikationen kan användas för att bygga starka varumärken
- redogöra för skillnaden mellan en proaktiv och en defensiv kommunikationsstrategi samt hur kommunikativa krissituationer i företag kan hanteras på ett konstruktivt sätt
- diskutera de interaktiva kommunikationsverktygens nytta för en organisation
- redogöra för de viktigaste interaktiva kommunikationsverktygen och hur de kan användas

### Undervisningsformer

Föreläsningar och seminarier samt handledning. Under kursen möter studenten även externa föreläsare som belyser ämnesområdet utifrån egna erfarenheter och ett mer professionsinriktat perspektiv. Undervisningen bedrivs på svenska. Undervisning på engelska kan förekomma liksom engelskspråkig litteratur.

## **Examinationsformer**

Kursen examineras genom individuell skriftlig tentamen, gruppvis författande av två skriftliga rapporter och varje projektgrupps muntliga presentation av sina rapporter. För att erhålla betyget Godkänt på hel kurs krävs godkänt på individuell tentamen samt godkänt på projektgruppens inlämnade rapporter och muntliga presentationer. Dessutom krävs närvaro vid gästföreläsningar och rapportpresentationer. För betyget Väl godkänt på hel kurs krävs dessutom väl godkänt på individuell skriftlig tentamen. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt högskolans riktlinjer och regelverk.

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

## **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Dahlen, M. & Lange, F., (2009), *Optimal Marknadskommunikation*, Liber Förlag, Malmö

Under kursen används också artiklar med anknytning till ämnesområdet

## **Studentinflytande och utvärdering**

Studentinflytandet baseras på en nära dialog mellan lärare och studenter samt en omfattande kursutvärdering i slutet av kursen. Kursutvärderingen sker i linje med fastställd utvärderingspolicy. Studenten ges möjlighet att skriftligt värdera varje kursmoment, sin egen prestation och undervisande lärares och gästföreläsares prestationer. Utvärderingen sammanställs och offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser och kommer att ligga till grund för framtida kursplanering samt ingår i den programutvärdering som sker.

## **Övrigt**

Kursen ingår i Civilekonomprogrammet och ges som fristående kurs.