



Eventmarknadsföring

Event Marketing

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 21EM1C

Revision: 11.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2022-11-16

Gäller från: VT 2023

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarade kurser inom utbildningsprogrammet Event Management om minst 45 högskolepoäng samt godkänt på kursen Event som upplevelseproduktion, 7,5 högskolepoäng eller motsvarande.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Event är en av världens största industrier och ses alltmer som avgörande för marknadsföring av destinationer och företag. Det finns många arenor där evenemang produceras och marknadsförs. Kursen ger en omfattande översikt över viktiga frågor vid marknadsföring av event, som t.ex. eventupplevelse, positionering och segmentering av event samt kommunikation och planering av event.

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 i förhållande till specifika tillämnningar diskutera och bedöma vad som är relevanta teoribildningar inom eventmarknadsföringsområdet.

Undervisningsformer

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

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

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.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Reic, I. (2017) *Events marketing management: a consumer perspective*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informeras om via lärplattformen (max 350 sidor).

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.