



## Grundläggande marknadsföring för event

### Basic Marketing for Event

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** 21ME1A

**Version:** 5.0

**Fastställd av:** Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-05-10

**Gäller från:** HT 2017

**Nivå:** Grundnivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G1N)

**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap

**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi

**Förkunskapskrav:** Grundläggande behörighet (eller motsvarande kunskaper).

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

---

### Innehåll

Kursen avser att ge en övergripande bild av marknadsföringsämnet utifrån både ett konsument- och ett företagsperspektiv. En utgångspunkt är en förståelse för både den externa och den interna miljö i vilket företag och konsumenter verkar. Kursen avser vidare att behandla konsumentens beslutsprocess i olika köpsituationer och de faktorer som påverkar konsumentens köpbeslut. Kursen avser slutligen att belysa företagets agerande avseende kommunikation, distribution, prissättning, produktutveckling och marknadsplanering.

### Mål

Studenten ska efter avslutad kurs kunna:

#### *Kunskap och förståelse*

1.1 redogöra för grundläggande begrepp, teorier och metoder inom marknadsföringsämnet,

#### *Färdigheter och förmåga*

2.1 demonstrera förmåga att applicera marknadsföringsbegrepp och relevanta teorier vid analys av företag och konsumenter,

2.2 planera, upprätta och presentera en marknadsplan,

2.3 systematiskt söka relevant marknadsinformation i databaser samt

#### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

3.1 värdera och kritiskt tolka olika typer av marknadsinformation.

### Undervisningsformer

Föreläsningar, grupparbeten, seminarier. Undervisningen bedrivs på svenska men undervisning på engelska kan förekomma liksom engelskspråkig litteratur.

### Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Tentamen: individuell salstentamen

Lärandemål: 1.1 och 2.1

Högskolepoäng: 5,0

Betygsskala: U/G/VG

Inlämningsuppgift: skriftlig inlämning, genomförs i grupp  
Lärandemål: 2.1, 2.2, 2.3 och 3.1  
Högskolepoäng: 2,0  
Betygsskala: U/G

Seminarium: muntlig presentation av inlämningsuppgift, genomförs i grupp  
Lärandemål: 2.1 och 2.2  
Högskolepoäng: 0,5  
Betygsskala: U/G

Vid underkänt eller frånvaro på seminariet får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänd tentamen, godkänd skriftlig inlämningsuppgift samt godkänt betyg på det obligatoriska seminariet. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs därutöver väl godkänt betyg på tentamen.

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

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Uggla, Henrik (2011). *Marknadsföring i verkligheten*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Andberg, Leif & Eliasson, Bengt (1991). *Marknadsplanen: praktisk handledning för marknadsplanerare*. 2. uppl. Malmö: Liber ekonomi/Almqvist & Wiksell

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informeras om via lärplattformen (max 100 sidor).

### **Studentinflytande och utvärdering**

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar 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 Event managementutbildningen.