



Grundläggande marknadsföring för event

Basic Marketing for Event

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 21ME1A

Revision: 6.1

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2018-08-30

Gäller från: HT 2018

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.

Engelskspråkig litteratur kan förekomma .

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

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

Kotler, P., Armstrong, G. & Parment, A. (senaste upplagan). *Marknadsföring: teori, strategi och praktik*. Harlow: Pearson Education Ltd.

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

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informerar om via lärplattformen (max 150 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.