

Marknadskommunikation och analys

Programkurs

6 hp

Market Communication and Analysis

TEAE14

Gäller från: 2020 VT

Fastställd av

Programnämnden för data- och
medieteknik, DM

Fastställandedatum

2019-09-23

Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G1X

Kursen ges för

- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation
- Kandidatprogram i flygtransport och logistik
- Kandidatprogram i samhällets logistik

Särskild information

Kan ej ingå i examen tillsammans med TEIE56.

Rekommenderade förkunskaper

Användarupplevelse och interaktionsdesign

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- Förklara och tillämpa centrala modeller inom marknadsföring och marknadskommunikation
- Analysera företags erbjudande, deras marknadskommunikation och deras omvärld ur ett marknadsföringsperspektiv
- Tillämpa grundläggande färdigheter i att skriva vetenskaplig rapport inom marknadsföringsområdet
- Muntligt och skriftligt kommunicera marknadsföringsorienterade analyser och resonemang

Kursinnehåll

Det centrala i kursen är hur ett företag eller en organisation skall agera mot och kommunicera med marknaden. Innehållet omfattar bland annat: att förstå vad ett erbjudande är och hur marknadskommunikation kan se ut, hur företagets omvärld påverkar deras erbjudande och marknadskommunikation, val av kundsegment att rikta ett erbjudande mot och analys av vilka kundsegment befintliga företag riktar sig mot, hur kunders köpbeteende påverkar utformningen av erbjudandet och marknadskommunikationen, samt hur företags marknadsföring kan förstås ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbarhetsperspektiv.

Undervisnings- och arbetsformer

Kursen har det genomgående temat marknadsplanering med inriktning mot marknadskommunikation. Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och ett handledt projektarbete som görs i grupp och går ut på att analysera ett företags eller varumärkes marknadskommunikation. Projektarbetet och seminarierna utgör en del av examinationen. Examination sker även genom ett antal individuella uppgifter/duggor under kursens gång.

Examination

UPG1 Skriftlig examination under kursens gång	4 hp U, 3, 4, 5
PRA1 Projektuppgift och seminarier som genomförs i grupp	2 hp U, 3, 4, 5

UPG1 ges i form av ett antal individuella uppgifter/duggor .

Betygsskala

Fyrgradig skala, LiU, U, 3, 4, 5

Övrig information

Påbyggnadskurser: Varumärke och värdeskapande

Om undervisnings- och examinationsspråk

Undervisningsspråk visas på respektive kurstillfälle på fliken "Översikt".
Examinationsspråk relaterar till undervisningsspråk enligt nedan:

- Om undervisningsspråk är Svenska ges kursen i sin helhet eller till stora delar på svenska. Observera att även om undervisningsspråk är svenska kan delar av kursen ges på engelska. Examinationsspråk är svenska.
- Om undervisningsspråk är Svenska/Engelska kan kursen i sin helhet ges på engelska vid behov. Examinationsspråk är svenska eller engelska.
- Om undervisningsspråk är Engelska ges kursen i sin helhet på engelska. Examinationsspråk är engelska.

Övrigt

Kursen bedrivs på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

Planering och genomförande av kurs skall utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ingår i kursen skall därför genomföras med kursplanen som utgångspunkt.

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

Studierektor eller motsvarande

Johan Holtström

Examinator

Thomas Rosenfall

Undervisningstid

Preliminär schemalagd tid: 48 h

Rekommenderad självstudietid: 112 h

Kurslitteratur

Böcker

Fahy, John, Jobber, David, (2019) *Foundations of marketing* Sixth edition
London : McGraw-Hill Education, [2019]
ISBN: 9781526847348, 1526847345, 9781526847355

Övrigt

Möjliga tillägg i form av artiklar.