

# Entreprenörskap, marknadsförings- och utställningsarbete

Fristående- och programkurs

15 hp

Enterprise, marketing and organising exhibitions

754G57

Gäller från:

**Fastställd av**

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

**Fastställandedatum**

2009-04-27

**Revideringsdatum**

2012-03-19; 2017-10-12

**Gavs sista gången**

HT 2019

## Huvudområde

Kultur- och kommunikationsvetenskap

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Fördjupningsnivå

G1X

## Kursen ges för

- Kandidatprogrammet i slöjd, hantverk och formgivning

## Särskild information

Kursen är nedlagd. Gavs sista gången HT2019.

Examination erbjuds vid sammanlagt minst fem tillfällen per examinationsmoment.

Dessa tillfällen fördelas under minst två terminer från det sista ordinarie kurstillfället. Dessa finns i kursens sista aktuella Lisamrum.

Kontakta institutionen för att bli insläppt i kursens Lisamrum.

## Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs 30 hp godkända inom programmet, eller motsvarande.

## Lärandemål

Efter avslutad kurs skall den studerande kunna:

- redovisa och praktiskt utforma föremål som har marknadsanknytning,
- översiktligt beskriva olika företagsekonomiska modeller, dess särart och verksamhetsbetingelser inom småföretagssektorn,
- planera och utveckla affärsidéer och affärsplaner med slöjd- och hantverksföretag som utgångspunkt,
- kritiskt analysera ekonomiska förhållanden och utvecklingstendenser med inriktning mot företag inom slöjd- och hantverksområdet,
- redogöra för grundläggande begrepp inom marknadsföring, samt förstå och redogöra för marknadsföringens roll i ett slöjd- och hantverksperspektiv,
- beskriva olika marknadsföringsstrategier och redogöra för olika utställningsformer, samt grundläggande principer för layout, med variation i informations- och kommunikationsteknik
- självständigt planera och genomföra utställningar inom slöjd- och hantverksområdet,
- presentera, analysera och göra kvalitetsbedömningar av egna och andras arbeten ur ett ekonomiskt och marknadsmässigt perspektiv.

## Kursinnehåll

Kursen behandlar perspektiv på entreprenörskap, ekonomiska- och marknadsföringsmodeller. I skapandet ingår, analyser, dokumentationer och presentationer. Föremålet och dess skapare är centrala för utställningsarbete och marknadsföringsstudier. Vidare ingår grafisk formgivning med praktiskt layoutarbete med inriktning mot marknadsföring. Kursen behandlar även utställningen som kommunikationsmedium och marknadsplats. I kursen integreras presentationstekniker som ger studenterna tillfälle att reflektera över hur den egna kunskapen kan omsättas till framtida produkter.

## Undervisnings- och arbetsformer

Arbetsformerna är varierande men har det gemensamt att de är studentaktiva och i hög grad projektbaserade i enlighet med fakultetens pedagogiska plattform. GrundGuide. Undervisningen äger rum i form av regelbundna möten, föreläsningar och seminarier, studiebesök, workshops- och produktionsarbete i ateljé. Konkreta resultat av tillverkningsprocessen redovisas i en utställning. De studerande organiserar och genomför fältstudie eller studiebesök relevant för kursens innehåll. Det skapande arbetet innehåller kontinuerliga arbetande seminarier med presentation och opposition. I kursen används varierande informations- och kommunikationsteknisk utrustning.

## Examination

De skapade produkterna examineras dels genom presentation och offentliggörande samt genom framläggning och opposition vid ett seminarium. I examination ingår också att opponera på andras arbeten. Seminarier är obligatoriska och kräver aktivt deltagande. Vidare ingår skriftliga och muntliga redovisningar i grupp och individuellt praktiskt genomförda arbetsuppgifter samt reflektioner över resultaten, gällande både process och produkt.

Studerande, vars examination underkänts två gånger på kursen eller del av kursen, har rätt att begära en annan examinator vid förnyat examinationstillfälle.

Den som godkänts i prov får ej delta i förnyat prov för högre betyg.

## Betygsskala

Tregradig skala, U, G, VG

## Övrig information

Planering och genomförande av kurs ska utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ska ingå i varje kurs ska därför behandla frågan om hur kursen överensstämmer med kursplanen.

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

## Institution

Institutionen för kultur och kommunikation