



FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN

FEK312 Marknadsföringstrender, kandidatkurs, 7,5 högskolepoäng

Marketing Trends, Bachelor Course, 7.5 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Företagsekonomiska institutionen 2019-09-11 och senast reviderad 2021-05-28. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2021-08-30, höstterminen 2021.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Företagsekonomiska institutionen

Inplacering

Kursen ges som fristående kurs.

Kursen kan ingå i följande program: 1) Ekonomie kandidatprogram (S1EKA) och 2) Handelshögskolans ekonomprogram (S1EPG)

Huvudområde

Företagsekonomi

Fördjupning

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs minst 105 högskolepoäng varav minst 45 högskolepoäng från FEK101 Företagsekonomi, Organisation och ledarskap, 7,5 hp, FEK102 Företagsekonomi, Marknadsföring, 7,5 hp, FEK103 Företagsekonomi, Externredovisning, 7,5 hp, FEK104 Företagsekonomi, Ekonomistyrning, 7,5 hp, FEK201 Företagsekonomi, Strategisk marknadsföring 7,5 hp, FEK202 Företagsekonomi, Strategi 7,5 hp, FEK203 Företagsekonomi, Lönsamhet och finansiering 7,5 hp och FEK204 Företagsekonomi, Operativ styrning 7,5 hp alternativt från FEG100 Företagsekonomi 1, 30 hp och FEG200 Företagsekonomi 2, 30 hp eller motsvarande kurser, där minst 7,5 högskolepoäng marknadsföring ingår.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

1. beskriva och förklara aktuella teoretiska, praktiska och samhällsliga trender inom marknadsföring,
2. strukturera och analysera aktuella trender för att kunna problematisera konsekvenser och möjligheter för marknadsföring,
3. diskutera, utvärdera och reflektera över aktuella trender utifrån ett marknadsföringsperspektiv.

Examensmålen för en kandidatexamen relateras till kursens lärandemål.

Examensmål	Lärandemål
<i>Kunskap och förståelse</i>	1+2+3
<i>Färdighet och förmåga</i>	3
<i>Värderingsförmåga och förhållningssätt</i>	2+3

Innehåll

Marknadsföring som ämne och praktik möter idag nya utmaningar och möjligheter kopplade till större samhällstrender. Att förstå samhällstrender och hur de relaterar till marknadsföring på konkurrensutsatta marknader är viktigt för utvecklingen av marknadsföring såväl i teori som praktik. Kursen behandlar fyra utvalda större trender relaterade till marknadsföring ur ett teoretiskt, praktiskt och samhällsligt perspektiv.

Former för undervisning

Undervisningen består av:

föreläsningar som ger en introduktion till respektive trend,
seminarier eller workshops där studenterna arbetar med analys av respektive trend,
handledning som stöd för den individuella inlämningsuppgiften.

Kursen bygger på interaktion och kräver en hög grad av engagemang och aktivitet, det innebär att studenterna förväntas delta aktivt i kursens diskussioner under föreläsningar, seminarier och workshoppar. Studenterna förväntas också att ha läst kurslitteraturen i förväg och vara beredda att diskutera och försvara en egen ståndpunkt.

Undervisningsspråk: engelska

Former för bedömning

Lärandemål 1 och 2 examineras genom gruppuppgifter och det självständiga skriftliga arbetet. Lärandemål 3 examineras genom gruppuppgifter.

Självständigt skriftligt arbete

En individuell uppgift i form av ett självständigt skriftligt arbete utgör 80 % av examinationen. Instruktionerna delas ut i början av kursen för att studenten skall kunna integrera sitt lärande och utveckla arbetet under kursens gång.

Ett självständigt skriftligt arbete som inte når upp till betyget godkänd kan antingen kompletteras eller bedömas vara av sådan kvalitet att ett helt nytt självständigt skriftligt arbete måste skrivas. Komplettering kan endast göras för att nå betyget E. Om komplettering ej sker inom föreskriven tid blir det självständiga skriftliga arbetet underkänt. Ett nytt självständigt skriftligt arbete kan då göras i slutet av terminen.

Gruppuppgifter

Fyra gruppuppgifter, en per modul, utgör 20 % av examinationen (4x5%). Beroende på modul kan gruppuppgiften omfatta skriven text, en presentation eller annan form av redogörelse.

Av resursskäl kan gruppuppgifter endast genomföras och examineras inom ramen för kurstillfället.

Om student som underkänts två gånger på samma examinerande moment önskar byte av examinator inför nästa examinationstillfälle, bör sådan begäran inlämnas skriftligt till institutionen och ska bifallas om det inte finns särskilda skäl däremot (HF 6 kap 22§).

Om student fått rekommendation från Göteborgs universitet om särskilt pedagogiskt stöd kan examinator, i det fall det är förenligt med kursens mål och förutsatt att inte orimliga resurser krävs, besluta att ge studenten en anpassad examination eller alternativ examinationsform.

I det fall en kurs har upphört eller genomgått större förändringar ska student garanteras minst tre examinationstillfällen (inklusive ordinarie examinationstillfälle) under en tid av minst ett år, dock som längst två år efter det att kursen upphört/förändrats. Vad avser praktik och verksamhetsförlagd utbildning gäller motsvarande, men med begränsning till endast ett ytterligare examinationstillfälle.

Betyg

På kursen ges något av betygen Utmärkt (A), Mycket bra (B), Bra (C), Tillfredsställande (D), Tillräcklig (E) och Underkänd (F).

För ett godkänt kursbetyg krävs att samtliga lärandemål är godkända. Det innebär att det krävs godkänt på det självständiga skriftliga arbetet (A-E) och på gruppuppgifter (G). Poäng på självständigt skriftligt arbete och gruppuppgifter läggs samman och översätts till betyg A-F för kursen.

Betyg (Benämning) Karakteristik:

A (Utmärkt) Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräcklig) Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

F (Underkänd) Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala UG (underkänt/godkänt).

Kursvärdering

Kursvärdering sker anonymt digitalt via kursens hemsida alternativt via skriftlig enkät som delas ut i anslutning till det sista schemalagda lektionstillfället eller i anslutning till tentamen. Resultatet av kursvärderingen skall kommuniceras via kursnämnd och kurshemsida.

Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.