



GRADUATE SCHOOL

GM1137 Hållbar marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Sustainable Marketing Management, 7.5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Graduate School 2021-03-17 att gälla från och med 2021-08-29, höstterminen 2021.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Graduate School

Inplacering

Kursen Hållbar marknadsföring är en kurs inom masterprogrammen på Graduate School, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Kursen kan ingå i följande program: 1) Masterprogram i Logistik och transport (S2LOT) och 2) Masterprogram i Internationellt företagande (S2IFÖ)

Huvudområde

Marketing and Consumption

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Förkunskapskrav

För att vara behörig till kursen Hållbar marknadsföring måste deltagaren uppfylla förkunskapskraven för ett av masterprogrammen på Graduate School.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna

1. redogöra för teorier och modeller inom områdena hållbar marknadsföringsstrategi, hållbar marknadskommunikation och hållbar supply chain management
2. beskriva relationen mellan marknadsföringens teori och praktik och hållbar utveckling

3. applicera relevanta teorier inom området hållbar marknadsföring på ett företag.

Kursen är hållbarhetsfokuserad, vilket innebär att minst ett av kursens lärandemål tydligt visar att kursens innehåll uppfyller minst ett av Göteborgs universitets fastställda kriterier för hållbarhetsmärkning. Detta innehåll utgör även kursens huvudsakliga fokus.

Innehåll

Kursen syftar till att ge ett omfattande ramverk för att förstå hur hållbarhetsfrågor kan bli en del av marknadsföringsstrategin i företag och inom den offentliga sektorn. Särskilt fokus ägnas åt områdena hållbar marknadskommunikation, hållbar strategi och hållbar supply chain management. Kursen syftar också till att ge studenterna verktyg för kritisk analys av aktiviteter inom marknadsföring utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Alternativa perspektiv på marknadsföring samt relationen mellan traditionell marknadsföring och hållbarhetsutmaningar diskuteras.

Former för undervisning

Föreläsningar och projektseminarier.

Undervisningsspråk: engelska

Former för bedömning

Lärandemål 1 och 2 bedöms genom en individuell skriftlig tentamen.

Lärandemål 3 bedöms genom en skriftlig grupp rapport och en muntlig presentation inom ramen för projektseminarier.

Projektseminarierna är obligatoriska.

Den individuella skriftliga tentamen ska skrivas individuellt. Samarbete i formulering av text, tabeller, figurer etc. är inte tillåtet.

En underkänd grupp rapport och underkänd skriftlig tentamen kan kompletteras till ett godkänt betyg.

Om den kursansvariga läraren samtycker att anledningen till frånvaro eller utebliven inlämning av obligatoriska moment är giltig, kan de saknade momenten ersättas med alternativa uppgifter.

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.

Antalet examinationstillfällen är begränsat till fem.

Betyg

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

För godkänd kurs krävs godkänt på alla examinationsformer. Betyget (A-E) baseras på den totala poängen en student uppnår på den skriftliga tentamen.

Grupprapporten bedöms utifrån godkänd/underkänd. För att få ett godkänt betyg (A-E) på tentamen krävs $\geq 50\%$ av poängen. Skalan har fasta intervaller:

A: 85-100%

B: 75-84%

C: 68-74%

D: 60-67%

E: 50-59%

F: <50%

Kursvärdering

Vid kursens slut genomförs en kursvärdering. Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.