



KURSPLAN

Hållbar marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng

Sustainable Marketing Communication, 7,5 credits

Kurskod:	LHBK13	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd:	2025-05-16	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Gäller fr.o.m.:	2025-09-01	Ämnesgrupp:	Medie- och kommunikationsvetenskap
		Fördjupning:	G1F Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav
		Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för centrala begrepp, teorier och praktiker inom marknadskommunikation
- identifiera hållbarhetsutmaningar inom marknadskommunikation och beskriva strategier och verktyg som utvecklats för att möta dem

Färdighet och förmåga

- utveckla kampanjstrategier och kommunikationsplaner med hållbarhetsfokus utifrån aktuell forskning
- tillämpa vedertagna strategier och verktyg för hållbar marknadskommunikation

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt granska och analysera hållbarhetsbudskap inom marknadskommunikation
- problematisera samtida marknadskommunikation och diskutera hur den kan förändras för att möta hållbarhetsutmaningar

Innehåll

- Centrala begrepp, teorier och praktiker inom marknadskommunikation
- Kritiska perspektiv på marknadskommunikation med utgångspunkt i teorier om ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet
- Kritisk granskning av hållbarhetsbudskap
- Strategier och verktyg för hållbar marknadskommunikation

Undervisningsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och övningar individuellt och i grupp.

I kursen används digital lärplattform.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning/handledning under den tid som angavs för det kurstillfälle som sökande blivit antagen till. Därefter upphör rätten till undervisning/handledning.

Undervisningen bedrivs på svenska men engelska kan förekomma.

Behörighetskrav

Grundläggande behörighet samt godkända kurser om minst 37,5 hp i Medie- och kommunikationsvetenskap (eller motsvarande kunskaper)

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

Lärandemålen utgör grund för examination.

Formerna för examination är individuell skriftlig tentamen och seminarium.

För bedömning ska underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas. Mer information kring bedömning av enskilda lärandemål och kriterier för betygssättning tillhandahålls vid kursstart.

För kursbetyget Godkänd krävs minst Godkänd på samtliga examinationer och för kursbetyget Väl Godkänd krävs dessutom Väl Godkänd på Individuell skriftlig tentamen.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Seminarium 1	1,5 hp	G/U
Seminarium 2	2,5 hp	VG/G/U
Individuell skriftlig tentamen	3,5 hp	VG/G/U

Kursvärdering

Uppföljning av undervisning sker fortlöpande under kursen. Kursvärdering sker vid kursens slut. Sammanställning och kommentarer publiceras på lärplattform. Kursvärderingen ska ligga till grund för kommande kursplanering.

Övrigt

En student garanteras minst tre examinationstillfällen, inklusive ordinarie examinationstillfälle, för aktuellt kurstillfälle.

Efter att ha blivit underkänd vid examination på samma moment tre gånger har student rätt att på begäran, om möjligt, få byta examinator till därpå följande examination. Beslut om byte av examinator fattas av utbildningschef. En student som fått godkänt betyg på ett examinationsmoment kan inte examineras igen för att höja betyget.

Om en kurs upphör eller ändras väsentligt erbjuds examination enligt den förutvarande kursplanen vid minst två tillfällen inom ett år efter beslutet.

Examinator har rätt att ge en anpassad examination eller låta studenten genomföra examinationen på ett alternativt sätt givet att lärandemålen kan säkras och att det finns synnerliga skäl härför, inbegripet studentens rätt till riktat pedagogiskt stöd.

Kurslitteratur

Observera att kurslitteraturen kan komma att ändras fram till åtta veckor före kursstart.

Guyader, Hugo, Ottosson, Mikael & Parment, Anders (2020). *Marketing & Sustainability: Why and How Sustainability is Changing Current Marketing Practices*. Studentlitteratur. 272 s.

Hill, Tim & McDonagh, Pierre (2021). *The Dark Side of Marketing Communications. Critical Marketing Perspectives*. Routledge. 124 s.

Larsson, Larsåke (2014). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (4. uppl.). Studentlitteratur. 374 s.

Robertson, Margaret (2018). *Communicating Sustainability*. Routledge. 226 s.

Artiklar och annan litteratur om ca 200 sidor kan tillkomma.

Litteraturreferenser – så skriver du

<https://ju.se/bibliotek/sok---skrivhjalp/referenshantering.html>

Källkoll: Studentens guide till att undvika plagiering

Informationsmaterial om plagiat på högskolor och universitet

Finns på lärplattformen