

## KURSPLAN

**Marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng***Marketing Communications, 7,5 credits*


---

Kurskod:	TMCK16	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd:	2025-02-01	Utbildningsområde:	Tekniska området (50%) och Samhällsvetenskapliga området (50%)
Gäller fr.o.m.:	2026-01-19	Ämnesgrupp:	Övrigt inom journalistik, kommunikation, information
		Fördjupning:	G1F Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

---

**Lärandemål**

Efter genomgången kurs ska studenten:

**Kunskap och förståelse**

- visa kunskap om grundläggande begrepp och principer inom marknadsföring och marknadskommunikation med ett fokus på digitala kanaler och plattformar
- visa grundläggande kunskap inom marknadssegmentering, positionering och hur företag använder plattformsekonomier och digitala ekosystem för att nå specifika målgrupper
- visa grundläggande kunskap om målsättning och kommunikationseffekter för både traditionella och digitala företagsmodeller, innefattande en förståelse för inflytandet av plattformarnas algoritmer och användarproducerat innehåll

**Färdighet och förmåga**

- visa förmåga att upprätta en marknadsplan inklusive marknadsanalys, budget och schemaplanering
- visa förmåga att planera och utforma en marknadskampanj inklusive budskap, visuellt uttryck och strategier för innehållsdistribution anpassat för olika målgrupper över olika plattformar

**Värderingsförmåga och förhållningssätt**

- visa insikt i att värdera grundläggande immaterialrätt och etiska frågeställningar, speciellt gällande digital marknadsföring och plattformsekonomi, innefattande datasekretess, copyright och varumärkesintegritet
- visa förmåga att föreslå och anpassa budskaps- och medial utifrån målgruppsbeteende och algoritmdrivna plattformar.

**Innehåll**

Kursen innehåller grundläggande marknadskommunikation, med tonvikt på digitala kanaler, plattformsekonomi och designprinciper för webbaserat innehåll. De teoretiska kunskaperna varvas med praktiska tillämpningar i utformande av marknadskommunikation och digitala kampanjer anpassade för specifika målgrupper och plattformsspecifika nyanser.

Kursen innehåller följande moment:

- Grundläggande principer inom marknadsföring
- Grundläggande principer inom marknadskommunikation och reklambudskap
- Marknadsplan med fokus på både analoga och digitala strategier
- Varumärkesplattform och varumärkesidentitet
- Målsättning och målgruppssegmentering med hjälp av digitala verktyg
- Plattformsekonomi samt digitala ekosystem och företagsmodeller

- Strategier för innehållsdistribution på sociala medier och digitala plattformar
- Reklamhistoria med ett fokus på utvecklingen av digital och webbaserad annonsering

## Undervisningsformer

Föreläsningar, inlämningsuppgifter och projektarbete.

Undervisningen bedrivs på engelska.

## Behörighetskrav

Grundläggande behörighet samt genomgången kurs i Grundläggande grafisk design, 7,5 hp (eller motsvarande kunskaper).

## Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen 5, 4, 3 eller U.

Kursens slutbetyg baseras på en sammanvägning av ingående examinationsmoment. Kursbetyg utfärdas först när samtliga moment godkänts.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Tentamen	4 hp	5/4/3/U
Inlämningsuppgift	3,5 hp	5/4/3/U

## Kurslitteratur

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

Fill, Chris & Turnbull, Sarah (2019). *Marketing Communications, discovery, creation and conversations*. Pearson Education. ISBN: 978-1-292-23497-7

eller

Fill, Chris & Turnbull, Sarah (2016). *Marketing Communications, discovery, creation and conversations*. Pearson Education. ISBN: 978-1-292-09261-4.