



KURSPLAN

Hållbar marknadskommunikation, 7,5 högskolepoäng

Sustainable Marketing Communication, 7.5 credits

Kurskod:	LHBK13	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Utbildningschef 2023-05-26	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Reviderad av:	Utbildningschef 2024-05-14	Ämnesgrupp:	MK1
Gäller fr.o.m.:	Hösten 2024	Fördjupning:	G1F
Version:	2	Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för centrala teorier och begrepp 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 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 teorier och begrepp 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 normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt godkända kurser om minst 37,5 hp i Medie- och kommunikationsvetenskap.

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

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.

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.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

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

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.

Kurslitteratur

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.

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

Litteraturreferenser – så skriver du

www.ju.se/bibliotek/sok---skrivhjalp/litteraturreferenser---sa-skriver-du.html

Interaktiva antiplagiatguiden

Informationsmaterial om plagiat på högskolor och universitet
Finns på lärplattformen