

Kursplan

Marknadsföring för personalvetare 7,5 högskolepoäng, Grundnivå

HR Communication and Marketing 7.5 Credits*, First Cycle

Lärandemål

Kursens övergripande mål är att utveckla studentens ämneskunskap inom marknadsföring på strategisk och taktisk nivå. Studenten ska utveckla grundläggande kunskaper inom området och en förståelse för marknadsföringens roll i en verksamhet. Ett speciellt fokus ligger på marknadsföringens betydelse för en organisations personalfunktion avseende såväl intern som extern interaktion.

Kunskap och förståelse

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- redogöra för grundläggande begrepp, teorier och modeller inom marknadsföringsområdet
- beskriva påverkande faktorer samt kopplingar mellan varumärke och arbetsgivarvarumärke

Färdighet och förmåga

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- förklara och analysera olika verktyg och arbetssätt inom marknadsföring
- identifiera lämpliga strategier för marknadsföringsarbete
- kommunicera marknadsföringsfrågor internt och externt
- söka, samla in och analysera relevant material samt sakligt redogöra för problemställning, metodisk uppläggning och resultat.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- kritiskt reflektera över och diskutera effekter av marknadsföring.

Innehåll

I kursen behandlas marknadsföringsämnet utifrån ett personalvetenskapligt perspektiv. Speciell vikt läggs vid marknadsföring utifrån ett externt och ett internt

organisationsperspektiv. Positiva och negativa aspekter av marknadsföringsaktiviteter för företag/organisationer samt för samhället i stort behandlas och analyseras. Analyser av hur olika företag och organisationer arbetar med marknadsföring internt och externt samt bedömning av hur organisationers personalfunktioner är relaterade till marknadsföringsaktiviteter ingår som en viktig del i kursen.

Examinationsformer

Skriftlig tentamen, 4 hp

Skriftlig inlämningsuppgift i grupp 3 hp

Aktivt deltagande vid seminarier, 0,5 hp

Arbetsformer

Föreläsningar, seminarier och inlämningsuppgifter.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

Skriftlig tentamen, U-VG

Skriftlig inlämningsuppgift i grupp, U-G

Aktivt deltagande vid seminarier, U-G

För betyget Väl godkänd på kursen krävs Väl Godkänt på skriftlig tentamen.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet

Övrigt

Ersätter PA1053.

Learning Outcomes

The overall goal of the course is for students to develop knowledge of the subject of marketing at a strategic and tactical level. Students will develop basic knowledge in the field of marketing and gain an understanding of the role of marketing in a business. Special focus is on the importance of marketing for an organisation's personnel function regarding both internal and external interaction.

Knowledge and understanding

After completing the course, students will be able to:

- explain basic concepts, theories and models in the field of marketing
- explain influencing factors as well as connections between brand and employer brand

Skills and Abilities

After completing the course, students will be able to:

- explain and analyse various tools and practices in marketing
- identify appropriate strategies in the field of marketing
- search for, collect and analyse relevant data as well as explain in detail the problematic, methodological structure and results.

Evaluation ability and approach

After completing the course, students will be able to:

- critically reflect on and discuss the effects of marketing.

Ämnestillhörighet:

Personal och arbetsliv

Ämnesgrupp:

Ledarskap, organisation och styrning

Utbildningsområde:

Samhällsvetenskapliga området, 100%

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Personal och arbetsliv

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. G1N

Fastställd:

Fastställd 2020-09-24

Kursplanen gäller fr.o.m. 2020-12-18