

Kursplan

Marknadsföring för personalvetare 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 1

HR Communication and Marketing 7.5 Credits*, First Cycle Level 1

Lärandemål

Kursens övergripande mål är att utveckla studentens ämneskunskap inom området för att öka den generella förståelsen för betydelsen av marknadsföring internt och externt. Ett speciellt syfte är att öka studenternas förmåga att utifrån personalfunktionens perspektiv kommunicera utarbetade förslag till personal- och organisationsutveckling.

Kunskap och förståelse

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- redogöra för grundläggande begrepp, teorier och modeller inom marknadsföringsområdet (1)
- beskriva olika kommunikationskanaler och relatera dem till val av marknadsföringsstrategier. (2)

Färdighet och förmåga

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- förklara och analysera olika verktyg och arbetssätt inom marknadsföring (3)
- identifiera lämpliga strategier för marknadsföringsarbete (4)
- kommunicera marknadsföringsfrågor internt och externt (5)
- söka, samla in och analysera relevant material samt sakligt redogöra för problemställning, metodisk uppläggning och resultat. (6)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- kritiskt reflektera över och diskutera effekter av marknadsföring. (7)

Innehåll

I kursen behandlas marknadsföringsämnet historiska utveckling utifrån ett internationellt perspektiv. Speciell vikt läggs vid de vidgade utgångspunkter som ämnet tagit, vilket t.ex. manifesterats genom fenomenen Corporate Social Responsibility (CSR) och "one-to-one"

marketing. Dessutom behandlas marknadsföring utifrån ett externt och ett internt organisationsperspektiv. I kursen diskuteras också marknadsföring utifrån kommunikationsteorier med 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. Retorikens grunder behandlas.

Examinationsformer

Skriftlig salstentamen, 4 hp, (examinerar mål 1, 2)

Skriftlig inlämningsuppgift i grupp 3 hp, (examinerar mål 3, 4, 5, 6, 7)

Aktivt deltagande vid presentationsseminarium, 0,5 hp, (examinerar mål 3, 4, 5, 7)

Arbetsformer

Föreläsningar, seminarier och inlämningsuppgifter.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

Skriftlig salstentamen, U-VG

Skriftlig inlämningsuppgift i grupp, U-G

Aktivt deltagande vid presentationsseminarium, U-G

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

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet

Övrigt

Ersätter PA1032.

Summary in English

The overall objective with this course is for the student to develop knowledge of the subject as a means of increasing general awareness with regards to internal and external marketing. A particular objective is to increase the ability of students to, from the perspective of HR, communicate elaborated proposals to staff and for organisational development. The course also aims to develop the student's capacity for critical reflection on the effects of marketing.

Knowledge and understanding

After completing the course, the student shall be able to:

- explain basic concepts, theories and models in the field of marketing (1)
- describe different communication channels and relate them to the selection of marketing strategies. (2)

Skills and Abilities

After completing the course, the student shall be able to:

- explain and analyse various tools and practices in marketing (3)
- identify appropriate marketing strategies (4)
- communicate marketing issues internally and externally (5)
- collect and analyse relevant data as well as explain in detail the problematic, methodological structure and results. (6)

Evaluation ability and approach

After completing the course, the student shall be able to:

- critically reflect on and discuss the effects of marketing. (7)

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 2017-09-21

Kursplanen gäller fr.o.m. 2017-12-15