

KSMB25, Konsumtion, identitet och kommunikation, 15 högskolepoäng

Consumption, Identity and Communication, 15 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2015-01-27 och senast reviderad 2017-01-25. Den reviderade kursplanen gällde från och med 2017-02-01, vårterminen 2017.

Allmänna uppgifter

Kursen ingår i kandidatprogrammet i service management och är en obligatorisk kurs under termin två för samtliga inriktningar.

Undervisningsspråk: Svenska

Moment på engelska kan förekomma.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

GXX, Grundnivå, kursens fördjupning kan inte klassificeras

Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa kunskap om grundläggande teoretiska perspektiv på konsumtion och en förståelse för det fenomen som kallas för konsumtionssamhället,
- visa förståelse för konsumtionens roll för skapande av sociala och kulturella identiteter,
- visa förståelse för hur kommunikativa aspekter som reklam och marknadsföring utgör en viktig del i hur föreställningar om konsumenten kommuniceras.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att kritiskt reflektera över och analysera hur olika konsumtionsmönster skapas, legitimeras och förändras utifrån främst ett konsumentperspektiv, samt visa förståelse för hur dimensioner som till exempel etnicitet, kön, ålder och klass spelar in i dessa processer,
- visa förmåga att redogöra för olika slags konsumentstrategier, där hållbarhetsfrågor utgör viktiga retoriska motbilder,
- visa förmåga att problematisera och förstå olika slags konsumtionsmönster och konsumentbeteenden ur ett globalt perspektiv,
- visa förmåga att ge kritisk och konstruktiv feedback på ett akademiskt arbete samt
- visa förmåga att behärska en grundläggande nivå av informationssökning.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att problematisera och ifrågasätta etablerade föreställningar om konsumtion.

Kursens innehåll

Syftet med kursen är att studenten efter genomgången kurs ska ha utvecklat kunskap om olika slags drivkrafter och förutsättningar för konsumtion av varor och tjänster i det som brukar benämnas som konsumtionssamhället.

Kursen inleds med en introduktion av begreppet konsumtion och hur detta kan förstås utifrån olika teoretiska perspektiv. Både klassisk och modern teori om konsumtion presenteras med målet att kunna problematisera och ifrågasätta etablerade föreställningar om fenomenet. Här behandlas konsumtion utifrån ett brett samhälleligt och kulturellt sammanhang.

Vidare fördjupas förståelsen för framväxandet av olika konsumtionsmönster. Perspektivet omfattar hur konsumenten via sin konsumtion skapar och vidmakthåller sin identitet. Här får studenten kunskap om hur olika livsstilar kommuniceras via konsumtionen av resor, klädsel, mat etc., och hur man kan förstå olika konsumtionssätt som exkluderande alternativt inkluderande sociala gränsdragningsmekanismer. I sammanhanget problematiseras begrepp som bland annat klass, kön och etnicitet.

Den mediala spridningen av konsumtionsideal och olika konsumtionsstilar ägnas speciell uppmärksamhet. Här diskuteras olika former av reklam och marknadsföring, dess innehåll och betydelse. I den senare delen av kursen tas olika konsekvenser av konsumtion upp, främst hållbarhetsaspekter där även konsumenten som aktiv avståndstagare till vissa konsumtionsmönster behandlas.

Kursen avslutas dels med ett projektarbete i grupp, dels med ett individuellt reflektionspapper där studenterna studerar samhälleliga fenomen där en eller flera aspekter av konsumtionssamhället belyses utifrån kursens tre huvudteman: konsumtion, identitet och kommunikation.

Kursens genomförande

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och lärarhandledda workshops.

Deltagande i det avslutande seminariet där projektarbetet behandlas är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, till exempel olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelse, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också student som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras genom individuellt skriftligt prov (7 högskolepoäng), ett större projektarbete som utförs i grupp (6 högskolepoäng) samt ett individuellt reflektionspapper (2 högskolepoäng). Projektarbetet ventileras vid ett avslutande och examinerande seminarium.

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som angivits för kursen. För betyget väl godkänd krävs att studenten visar särskild teoretisk medvetenhet och analytisk förmåga och att studenten erhållit detta betyg på minst hälften av examinationsmomenten.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål, samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Förkunskapskrav

Studenten ska vara antagen till kandidatprogrammet i service management (SGSMA).

Övrigt

Kursen ersätter Service management: Konsumtion, identitet och konsumtion, KSMA25, 15 högskolepoäng och kan inte ingå i samma examen.

Prov/moment för kursen KSMB25, Konsumtion, identitet och kommunikation

Gäller från V15

- 1501 Individuellt skriftligt prov, 7,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1502 Projektarbete, 6,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1503 Individuellt reflektionspapper, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd