



Samhällsvetenskapliga fakulteten

**SKOC21, Strategisk kommunikation:
Varumärkeskommunikation, 9 högskolepoäng**
Strategic Communication: Brand Communication, 9 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för strategisk kommunikation 2016-10-25 att gälla från och med 2016-11-01, vårterminen 2017.

Allmänna uppgifter

Kursen inom huvudområdet strategisk kommunikation är en obligatorisk kurs under andra terminen på kandidatprogrammet i strategisk kommunikation, 180 högskolepoäng, och kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier, 180 högskolepoäng.

Undervisningsspråk: Svenska

Moment på engelska och andra skandinaviska språk kan förekomma.

Huvudområde

Strategisk kommunikation

Fördjupning

G1N, Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa kunskap om och kunna beskriva centrala begrepp, metoder och teorier inom varumärkeskommunikation
- visa förmåga att kunna jämföra dessa begrepp, metoder och teorier och identifiera skillnader mellan olika perspektiv inom varumärkeslitteraturen
- visa förståelse för hur varumärkesstrategier kan bidra till att uppfylla en organisations strategiska målsättningar

Färdighet och förmåga

- kunna tillämpa ämnets begrepp, metoder och teorier
- kunna redogöra för varumärkesstrategier som berör organisationer, personal och platser
- kunna definiera och beskriva grundläggande varumärkesstrategier genom analyser av konkreta fall
- visa förmåga att analytiskt diskutera sammanhang och dra slutsatser kring användandet av varumärkeskommunikation
- kunna föra en teoretiskt grundad argumentation kring olika sätt att arbeta med varumärkeskommunikation
- kunna producera en kommunikationsplan och strategi för varumärkesarbete

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att reflektera kring hur användandet av teorier och metoder påverkar analyser och slutsatser
- visa förmåga att självständigt argumentera för och reflektera kring problemlösning och lösningar av varumärkesproblem.

Kursens innehåll

I kursen introduceras grundläggande perspektiv på varumärkeskommunikation. Kursen består av två moment.

Det första momentet behandlar olika varumärkesstrategier som en organisation kan använda för att kommunicera med en målgrupp, uppnå en tydlig positionering och stark position på en marknad. Diskussionen om varumärkesstrategier på konsumentmarknader vidgas till att inkludera strategier som berör organisationer, personal och platser. Teoretiska utgångspunkter, perspektiv och begrepp relateras till problem i praktikfall som används som underlag för analys. Vid praktikfallsdiskussioner tillägnar studenten sig färdigheter i att skriftligen och muntligen argumentera för ståndpunkter och lösningar.

Det andra momentet handlar om kommunikationsplanering för varumärkesbyggande. Med utgångspunkt i de tidigare momenten om varumärkeskommunikation och kommunikationsplanering skriver studenterna en kommunikationsplan för varumärkesbyggande i vilket kunskap och färdigheter från det tidigare momentet syntetiseras.

Kursens genomförande

Undervisningen sker i form av föreläsningar, praktikfallsdiskussioner, workshops och seminarium.

Kursens examination

Kursen examineras genom ett prov bestående av två moment: författande av en praktisk kommunikationsprodukt (kommunikationsplan eller en varumärkesstrategi) och teoretisk reflektion i grupp samt ett individuellt muntligt försvar.

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter att kursen genomgått en större förändring eller upphört 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 Underkänt, E, D, C, B, A.

Högsta betyg betecknas med A och lägsta betyg för godkänt resultat med E. Betyg för icke godkänt resultat betecknas med Underkänd. Studentens resultat bedöms utifrån kursens lärandemål. För betyget E ska studenten visa ett tillräckligt resultat. För betyget D ska studenten visa ett tillfredsställande resultat. För betyget C ska studenten visa ett bra resultat. För betyget B ska studenten visa ettmycket bra resultat. För betyget A ska studenten visa ett utmärkt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

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

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt Engelska 6, Matematik 2a eller 2b eller 2c och Samhällskunskap 1b eller 1a1+1a2.

Övrigt

För tillträde till kursen krävs att studenten är antagen till kandidatprogrammet i strategisk kommunikation, 180 högskolepoäng, eller kandidatprogrammet i strategisk kommunikation och digitala medier, 180 högskolepoäng.

Kursen kan inte ingå i examen tillsammans med SKOA34 Varumärkeskommunikation, 9 högskolepoäng.

Prov/moment för kursen SKOC21, Strategisk kommunikation:
Varumärkeskommunikation

Gäller från V17

1601 Varumärkeskommunikation, 9,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A