

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 gällde från och med 2015-02-01, vårterminen 2015.

Allmänna uppgifter

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

Moment på engelska kan förekomma.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa kunskap om grundläggande teoretiska perspektiv på konsumtion och en ökad förståelse för det fenomen som kallas för konsumtionssamhället,
- visa förståelse för konsumtionens roll för skapande av sociala och kulturella identiteter
- visa förståelse för hur kommunikation 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 granska, diskutera och opponera på ett akademiskt arbete samt 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 konsumtions sätt som exkluderande alternativt inkluderande sociala gränsdragningsmekanismer. I sammanhanget problematiseras begrepp som bland annat klass, kön, 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 med ett projektarbete, där studenterna studerar ett samhälleligt 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 handledning. 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 oppositionstillfälle. För godkänt betyg krävs aktivt deltagande vid oppositionstillfället.

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 anges för kursen. För betyget väl godkänd krävs att lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda och att studenten erhållit detta betyg på minst hälften av examinationsmomenten.

Vid kursens start informeras studenterna 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 KSMA25.

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