



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

1FE532 Projektledning - marknadsföring, 15 högskolepoäng

Project Management - Marketing, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2016-01-27

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2016

Förkunskaper

Företagsekonomi I, 30 hp.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva projektets särart i förhållande till ordinarie verksamhet
- redogöra för grundläggande begrepp och modeller
- utföra planering av marknadsföringsprojekt
- beskriva och reflektera över marknadsföringsprojekt
- tillämpa marknadsföringsprojektarbete
- reflektera över projektarbete, projektroller och projektledning

Innehåll

Projektämnets tre huvuddelar genomsyrar kursen: projektmetod, projektledarskap och projektkommunikation. Inom projektmetod ryms det som behövs för att kunna genomföra ett projektarbete, dvs. modeller, metoder och verktyg. Här ingår t ex roller och ansvar. De tre huvuddelarna bildar tillsammans en helhet som möjliggör ett fungerande projektgenomförande. Projektet finns för att skapa ett resultat, detta medför påverkan på den verksamhet som beställer, tar emot och använder det. För resultatet ansvarar beställaren/verksamhetschefen och för arbetet att ta fram det (genomföra projektet) ansvarar projektledaren. Detta praktiseras genom tillämpning i ett marknadsföringsprojekt.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och gruppuppgifter. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examinationsuppgifter genomförs enskilt genom datorbaserade tester och rapporter samt praktiska gruppuppgifter.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle.

Kursvärderingen genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet. Överlappar kursen: 1FE530, 1FE922.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

American Project Management Institute. *Marketing Project Management Body of Knowledge*. APMI. Senaste upplaga, ca 141 sidor.

Andersson, L.E. *Psykologi för projektledare*. Sanoma utbildning. Senaste upplaga, ca 319 sidor.

Lundqvist, S. & Marcusson, L. *Planera ditt projekt - en handbok*. Studentlitteratur. Senaste upplaga, ca 291 sidor.

Tonnquist, B. *Projektledning*. Sanoma Utbildning. Senaste upplaga, ca 477 sidor.

Vetenskapliga artiklar, ca 100-150 sidor.