



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE608 Business Administration II - Sensory Marketing, 7,5
högskolepoäng

Business Administration II - Sensory Marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2018-06-14

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2019

Förkunskaper

Företagsekonomi I 30 hp, eller minst 15 hp slutförda kurser från Företagsekonomi I samt engelska 6/B eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redogöra hur sensoriska signaler påverkar konsumentens uppfattning och utvärdering av produkter och tjänster
- förklara effekterna av sensoriska signaler på köpbeteenden.
- analysera kognitiv, känslomässig och beteendemässig inverkan av sensoriska signaler på konsumentupplevelser.
- analysera en affärssituation och utveckla sensoriska strategier för att påverka inköpsbeteende och märkesidentitet

Innehåll

Kursen innehåller:

- de fem mänskliga sinnen
- sensoriska signaler och förmimmelser
- sensorisk perception och dess fysiska och psykologiska processer
- känslor och konsumentbeteende
- multi-sensorisk varumärkesupplevelse
- sensoriella strategier

Undervisningsformer

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

Examination

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

Kursen examineras genom en skriftlig tentamen, en skriftlig rapport och presentation samt opposition av case under seminarier.

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. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Krishna, A. *Customer Sense: How the 5 Senses Influence Buying Behavior*. UK: Palgrave Macmillan. Senaste upplagan. Cirka 190 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 200 sidor.

Övrigt undervisningsmaterial

Fallstudier. Cirka 50 sidor.