



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE962 Marknadsföringsetik: Principer och praxis, 7,5
högskolepoäng

Marketing Ethics: Principles and Practices, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2023-05-29.

Reviderad 2026-05-04. Förkunskapskravet är kompletterat med ämnen enligt GY25.

Kursplanen gäller från och med vårtermin 2027.

Förkunskaper

Grundläggande behörighet

Du behöver också:

Engelska 6

Eller:

Engelska nivå 2

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för de etiska principer som vägleder marknadsförare och för etikens roll i marknadsföringspraxis
- analysera de etiska dimensionerna i marknadsföringspraxis
- utvärdera etiska dilemman inom marknadsföring och tillämpa etiska ramverk för att lösa dem
- utveckla kritiskt tänkande och beslutsfattande färdigheter för att göra etiska val i marknadsföringspraxis

Innehåll

Kursen innehåller:

- introduktion till marknadsföringsetik och etiska principer
- etik inom reklam
- konsumentskydd och dataskydd
- samhällsansvar inom marknadsföring
- etiska dilemman inom marknadsföring och etiska ramverk

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier efter kursansvarigs instruktion. Undervisningen består av föreläsningar, fallstudier och forumdiskussioner. Kursen förutsätter tillgång till dator och internet. Inga obligatoriska sammankomster på campus ingår.

Examination

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

Kursen examineras genom en skriftlig uppgift 2 hp, en fallstudie 4 hp och ett slutprov 1,5 hp.

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.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs i regel anonymt.

Övrigt

Examination sker på kurstillfallets angivna undervisningsspråk.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Lynne Eagle, L., Dahl, S., De Pelsmacker, P. & Taylor C. R. (2020) *The SAGE Handbook of Marketing Ethics*. London: SAGE Publications Ltd.

Murphy, P. E., Laczniak, G. R. & Harris, F. (2016) *Ethics in Marketing: International cases and perspectives*. London: Routledge.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar. Cirka 400 sidor.