



## Kursplan

Fakultetsnämnden för hälsa, socialt arbete och beteendevetenskap  
Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap

IIV307 Marknadsföring inom idrotts- och hälsoorganisationer I, 7,5  
högskolepoäng

Marketing in Sport and Health Organizations I, 7.5 credits

### Huvudområde

Idrottsvetenskap

### Ämnesgrupp

Idrott/idrottsvetenskap

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1N

### Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap 2009-12-14

Senast reviderad 2010-12-15. Revision för engelsk översättning av kursplan.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

### Förväntade studieresultat

Kursens syfte är att lägga en grund för förståelse och kunskap om marknadsföring och hur dessa kunskaper kan tillämpas på idrotts- och hälsoområdet.

Efter avslutad kurs förväntas studenten

- ha kunskap om marknadsföringens historik, grundläggande begrepp, modeller och kunna relatera dessa till idrottsliga sammanhang
- ha kunskap som möjliggör analyser, planering och genomförande samt utvärdering av marknadsföringens funktion och aktiviteter inom organisationer med idrottslig inriktning
- ha kunskap om vad begrepp såsom tjänstemarknadsföring, integrerad marknadskommunikation, varumärkesutveckling, event marketing, sponsring och marknadsplanering betyder i idrottsliga sammanhang

## Innehåll

Kursen innehåller följande moment:

- en marknadsföringens sammanhang och betydelse för företagets affärsstrategi
- marknadsföringens betydelse för olika typer av idrottsorganisationer
- kundens köpbeteende på skilda marknader
- kund- och marknadsanalys
- företagets val av konkurrensmedel och marknadsföringsstrategier
- olika idrottsorganisationers marknadsföringsstrategier
- transaktionsmarknadsföring kontra relationsmarknadsföring

## Undervisningsformer

Undervisningen utgörs av föreläsningar, litteraturstudier och seminarier. I kursen ingår även kritisk granskning av autentiska projekt, vilken genomförs i grupp. Undervisningen är obligatorisk såvida inget annat överenskommes med examinator.

## Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Den studerandes kunskaper redovisas genom skriftliga och muntliga examinationsuppgifter samt genom aktivt deltagande i seminarier. Detaljerade former för respektive examinationsuppgift finns i särskilda studieanvisningar. Närmare specifikation av examinationsformerna sker i en studiehandledning. Oavsett examinationsform är det den enskilde studentens prestationer som bedöms och betygsätts. För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda. Kraven för respektive betygsnivå framgår av särskilda studieanvisningar.

## Kursvärdering

Kursvärdering genomförs kontinuerligt muntligt och/eller skriftligt under kursens gång. Efter avslutad kurs genomförs en skriftlig kursvärdering. Kursvärderingen sammanställs och arkiveras på institutionen. Resultatet återkopplas till de studenter som gått kursen samt presenteras tillsammans med eventuellt vidtagna åtgärder för studenterna nästa gång kursen ges.

## Övrigt

Eventuella merkostnader i samband med uppgifter eller dylikt bekostas av den enskilde studenten.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Armstrong, Gary & Kotler, Philip *Marketing – an introduction 8 ed.*  
Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall (2007) 520 sidor