



Kursplan

Fakulteten för samhällsvetenskap

Institutionen för idrottsvetenskap

11V307 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 2009-12-14

Senast reviderad 2021-02-18 av Fakulteten för samhällsvetenskap. Revidering av mål, innehåll och examinationsformer.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2021

Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

Mål

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 ska den studenten kunna

- redogöra för värde, erbjudandet, affärer och marknader, utifrån ett idrotts/hälsoperspektiv
- tillämpa elementen i en marknadsplan
- definiera erbjudandet som en marknadsföringsmix
- definiera behov samt utbytet av värde och pris

Innehåll

Kursen innehåller följande moment:

- Definition av värde
- Konsumentbeteende
- Vad konsumenten konsumerar: erbjudandet
- Organisationen som aktör på marknaden
- Företagande som erbjudande av värden
- Prissättning: förstå och fånga kundvärde
- Relationer som en konsekvens av utbytet av värden
- Segmentering, Targeting och Positionering

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, litteraturstudier och seminarier.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursens mål examineras genom två tentamina samt en skriftlig uppgift. Oavsett examinationsform är det den enskilde studentens prestationer som bedöms och betygsätts.

För betyget Godkänd krävs att kursens mål är uppnådda. För betyget Väl godkänd krävs att studenten erhållit betyget Väl godkänd på den skriftliga uppgiften.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

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 anonymt.

Övrigt

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Kotler, Philip, Armstrong, Gary & Parment, Anders (senaste upplagan).

Marknadsföring – Teori, strategi och praktik. Pearson, (442 s).

Vetenskapliga artiklar, 300 sidor.