



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

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

1IV310 Marknadsföring inom idrotts- och hälsoorganisationer II, 7,5
högskolepoäng

Marketing in Sport and Health Organizations II, 7.5 credits

Huvudområde

Idrottsvetenskap

Ämnesgrupp

Idrott/idrottsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-17

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

För tillträde krävs att den studerande har genomgått de tre första terminerna inom programmet för Coaching och Sport Management. Huvuddelen av poängen ska vara godkända, däribland Marknadsföring inom Idrotts- och hälsoorganisationer I, 7,5 hp

Förväntade studieresultat

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

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna

- visa kunskap om hur affärsprocesser skapas, sköts och förnyas inom sport promotion och sales management samt de grundläggande begreppen inom området.
- visa kunskap om hur olika teoretiska perspektiv kan användas för att identifiera, analysera och bearbeta olika problem inom affärsprocesser inom idrotts- och hälsoorganisationer
- visa kunskap om hur man vetenskapligt, genom litteraturstudier och empiriska studier, kan studera, beskriva och förstå olika projekt och kontexter inom området sport promotion och sales management.

Innehåll

Kursen behandlar följande områden:

- sport promotion och sales management: teoretiska grunder och tillämpning i praktiken:
- planering och genomförande av marknadsföringskampanjer
- sports sponsoring and promotion
- litteraturanalys och databassökning
- identifiering, planering, genomförande och rapportering av ett marknadsföringsprojekt på idrottens område

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.

Oavsett examinationsform är det den enskilde studentens prestationer som bedöms och betygsätts.

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

Student vid Linnéuniversitetet har rätt att få sitt betyg för kurs översatt enligt ECTS-skalan. En begäran om översättning skall helst ske i samband med kursstart, dock senast innan betyg sätts för kursen. Översättning av betyg sker i Ladok.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Irwin, Richard L, Sutton, William A. & McCarthy, Laurence M. *Sport promotion and sales management* Champaign, IL: Human Kinetics, 2007.600 sidor

Grönroos, Christian. *Service Management och Marknadsföring* Liber, 2002. 436 sidor