



## 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 institutionsstyrelsen vid Institutionen för pedagogik, psykologi och idrottsvetenskap 2009-06-17

Senast reviderad 2011-12-13. Revidering av förväntade studieresultat, innehåll samt litteraturlista.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2012

### 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

### Mål

Kursens syfte är att förmedla en fördjupad förståelse och kunskap inom marknadsföring – med särskild betoning på tjänste-/upplevelsemarknadsföring – och hur dessa kunskaper kan tillämpas på idrotts och hälsoområdet, baserat på svenska förhållanden.

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna

- reflektera över tjänstelogiken i idrottsbranschen
- visa fördjupad förståelse för och reflektera över upplevelsen som idrotten skapar och hur den påverkar centrala intressenter, så som tex. sponsorer och publik.
- på vetenskaplig grund identifiera, planera och analysera ett marknadsföringsprojekt inom idrott och hälsa, baserat på upplevelseområdet

### Innehåll

Kursen behandlar följande områden:

- Service management som grund för att utveckla och underhålla en hållbar och långsiktig idrottsprodukt.
- Idrotten som tjänst och dess karaktärsdrag
- Idrott som en upplevelse och hur intressenterna involveras samt kan påverka upplevelsen.
- Sponsring och dess betydelse för intressenterna.
- Identifiering, planering och rapportering av ett marknadsföringsprojekt inom idrottens område.

## Undervisningsformer

Undervisningen utgörs av föreläsningar, litteraturstudier, och handledning/seminarier. I kursen ingår även moment där studenterna ska utreda ett faktiskt marknadsföringsproblem hos en svensk idrottsorganisation/ett svenskt företag.

## 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

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

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Grönroos, Christian. *Marknadsföring i tjänsteföretag*, Liber Ekonomi. Senaste upplagan. 195 sidor.

Mossberg, Lena. *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!*, Studentlitteratur. Senaste upplagan. 211 sidor.

Masterman, Guy. *Sponsring – for a return of investment*, Butterworth-Heinemann, Elsevier. Senaste upplagan. 267 sidor.