



## Kursplan

Fakulteten för samhällsvetenskap

Institutionen för idrottsvetenskap

IIV310 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 2009-06-17

Senast reviderad 2021-06-21 av Fakulteten för samhällsvetenskap.

Standardformuleringar tillagda.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2022

### Förkunskaper

Kursen Marknadsföring inom idrotts- och hälsoorganisationer I, 7,5 hp eller motsvarande.

### 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

- förklara tjänstelogiken i idrottsbranschen
- på en fördjupad nivå urskilja och förklara upplevelsen som idrotten skapar och hur den påverkar centrala intressenter, så som tex. sponsorer och publik
- på vetenskaplig grund identifiera, planera och presentera ett marknadsföringsprojekt inom idrott och hälsa, baserat på upplevelseområdet
- med hjälp av vetenskapligt stöd, självständigt bedöma och argumentera för rimligheten i föreslaget marknadsföringsprojekt

## 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 består av föreläsningar, och handledning/seminarier. I kursen ingår även moment där den studerande ska utreda ett faktiskt marknadsföringsproblem hos en svensk idrotts-/hälsoorganisation/ett svenskt företag.

## Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examination sker genom en individuell skriftlig tentamen och ett grupparbete.

För betyget Godkänd krävs att kursens mål är uppnådda.

För VG på hela kursen krävs VG på grupparbetet.

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 kursen bekostas av den enskilde studerande.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

Grönroos, Christian (senaste upplagan). *Marknadsföring i tjänsteföretag*. Stockholm: Liber Ekonomi, (195 s).

Mossberg, Lena (senast upplagan). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!*. Lund: Studentlitteratur, (211 s).

Masterman, Guy (senaste upplagan). *Sponsorship – for a return on investment*. Butterworth-Heinemann: Elsevier, (267 s).