



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora
Institutionen för svenska språket

1SV124 Reklamens retorik, 7,5 högskolepoäng
The rhetoric of advertising, 7.5 credits

Huvudområde

Svenska språket

Ämnesgrupp

Svenska/nordiska språk

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2018-12-12.

Reviderad 2024-02-15. Revidering av examination samt nya provmoment.

Kursplanen gäller från och med vårtermin 2024.

Förkunskaper

Grundläggande behörighet

Mål

Efter avslutad kurs ska de studerande kunna:

- redogöra för retorikens grunder,
- beskriva utgångspunkter och mål för marknadskommunikation,
- tillämpa grundläggande retoriska analysverktyg på reklamtexter i olika situationer och kontexter,
- urskilja och beskriva övertygandemål i reklam med hjälp av retoriska verktyg,
- diskutera reklamens retorik ur ett etiskt perspektiv.

Innehåll

Kursen utgår från den klassiska retorikens modell för kommunikation och hur retoriken används i marknadsföring och reklam. I kursens inledande del presenteras retorikens grunder och därefter får de studerande tillämpa grundläggande retoriska analysverktyg på reklamtexter i olika marknadsföringssammanhang och -situationer. I kursen läggs även vikt vid praktisk argumentation som analysverktyg för att beskriva och diskutera reklamens övertygandemål och för att problematisera reklam och marknadsföring ur ett etiskt perspektiv. Kursen tar även upp reklamens språkbruk och multimodala aspekter med hjälp av retoriska utgångspunkter.

Undervisningsformer

Undervisningen ges i form av föreläsningar och webbaserade seminarier och övningar. När kursen ges som nätbaserad distanskurs används för distributionsformen lämpliga undervisningsformer.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras genom tre uppgifter: *Retorikens grunder* (2 hp), *Reklam och etik* (2 hp) och *Fördjupad retorisk reklamanalys* (3,5 hp). Samtliga uppgifter examineras som individuella skriftliga inlämningsuppgifter.

För betyget Godkänd ska kursens mål vara uppnådda. För betyget Väl godkänd på kursen som helhet krävs betyget väl godkänt på uppgiften *Fördjupad retorisk reklamanalys* (3,5 hp).

Studerande som inte godkänts vid ordinarie examination ges möjlighet till omexamination i enlighet med universitetets lokala regler.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Mral, Brigitte, Gelang, Marie & Bröms, Emelie. 2016. *Kritisk retorikanalys – text, bild, actio*. Ödåkra: Retorikförlaget. 172 s. ISBN 9789186093280

Mral, Brigitte & Larsson Larsåke (red.). 2014. *Reklam och retorik. 10 fallstudier*. Retorikförlaget. Urval. 208 s. ISBN: 9789186093266

Artiklar och övningstexter som tillhandahålls av institutionen tillkommer. Ca 200 s.

Referenslitteratur

Dahlén, Micael, Lange, Fredrik & Rosengren, Sara. 2017. *Optimal Marknadskommunikation*. Stockholm: Liber. 520 p. ISBN: 978914711203

Lindquist, Janne. 2016. *Klassisk retorik för vår tid*. Malmö: Studentlitteratur. 384 s.
ISBN: 9789144099880