



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 av Fakulteten för konst och humaniora 2018-12-12

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2019

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

Deltagande i gruppdiskussioner är obligatoriskt.

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. För betyget Godkänd ska kursens mål vara uppnådda. Betygskriterier för betyget Väl godkänd meddelas skriftligen vid kursstart.

Kursen examineras genom individuella skriftliga inlämningsuppgifter och obligatoriska gruppdiskussioner.

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

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studerande som genomfört kursen och de studerande som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt. Kursvärderingen arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Johannesson, Kurt. 2006. *Retorik eller konsten att övertyga*. Stockholm: Norstedts. 288 s. ISBN: 9789113056746

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

Dahlen, Micael & Lange, Fredrik. 2017. *Optimal Marknadskommunikation*. Malmö: Liber Förlag. 520 s. ISBN: 978914711203

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