



Stockholms
universitet

Företagsekonomiska institutionen

Utbildningsplan

för

Magisterprogram i marknadskommunikation (IHR)

One year Master's Programme in Marketing Communication (IHR)

60.0 Högskolepoäng

60.0 ECTS credits

Programkod:

SIHRO

Gäller från:

VT 2015

Fastställt:

2014-09-03

Ändrad:

2014-10-14

Värdinstitution:

Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Denna utbildningsplan har beslutats om av Samhällsvetenskapliga fakulteten 2014-09-03, reviderad 2014-10-14.

Beslut om upphävande av denna utbildningsplan är fattat av institutionsstyrelse 2016-03-16.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Filosofie kandidatexamen, Svenska B och Engelska B eller motsvarande samt minst två års arbetslivserfarenhet inom relevant yrkesområde efter examen.

Programmets uppläggning

Magisterprogrammet i marknadskommunikation ges av Företagsekonomiska institutionen och är en vidareutbildning för yrkesverksamma inom kommunikationsområdet och som vill vidareutveckla sina ledaregenskaper. Programmet har en bred samhällsvetenskaplig inriktning, med tyngdpunkt inom området reklam och PR. Utbildningen inbegriper heltidsstudier och kombinerar teoretiska ämnesstudier, forskningsmetoder, fallstudier, projektarbeten och praktisk problemlösning.

Undervisningsspråk är svenska och engelska.

Mål

Utöver de allmänna målen i 1 kap 9§ i högskolelagen gäller högskoleförordningen mål enligt nedan:

Magisterprogrammets övergripande syfte är att förbereda för kvalificerat ledningsarbete i verksamheter inom exempelvis marknadsföring, reklam, PR, journalistik, media, försäljning, inköp och information, samt för fortsatta forskarstudier i huvudområdena reklam och PR och företagsekonomi.

För magisterexamen skall studenten:

Kunskap och förståelse

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet reklam och PR, inbegripet såväl överblick över området som fördjupade kunskaper inom vissa delar av området samt insikt i aktuellt forsknings- och utvecklingsarbete;
- visa fördjupad metodkunskap inom huvudområdet reklam och PR.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att integrera kunskap och att analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser,

frågeställningar och situationer även med begränsad information;

- visa förmåga att självständigt identifiera och formulera frågeställningar samt att planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna tidsramar;
- visa förmåga att muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa i dialog med olika grupper;
- visa sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller för att arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att inom huvudområdet reklam och PR göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter samt visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete;
- visa insikt om vetenskapens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används;
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för sin kunskapsutveckling.

Kurser

Termin 1

Terminen består av fyra obligatoriska kurser på avancerad nivå motsvarande 30 hp.

- Introduktion till Marknadskommunikation (Introduction to Market Communication), 7,5 hp;
- Strategisk marknadsanalys och marknadsföring (Strategic Market Management), 7,5 hp;
- Strategiskt varumärkesbyggande (Strategic Brand Management), 7,5 hp;
- Varumärken: strategiska och kulturella perspektiv (Branding: Strategic and Cultural Perspectives), 7,5 hp.

Termin 2

Terminen består av tre obligatoriska kurser på avancerad nivå motsvarande 30 hp.

- Marknadskommunikation och reklamstrategi (Market Communication and Advertising Strategy), 7,5 hp.
- Ryktshantering och PR (Reputation Management and PR), 7,5 hp.
- Examensarbete i företagsekonomi för magisterexamen (Master's Thesis in Business Administration), 15 hp.

Examen

Utbildningsprogrammet leder fram till filosofie magisterexamen. Huvudområde: reklam och PR.

Övrigt

Filosofie magisterexamen uppnås efter att studenten fullgjort kursfordringar om 60 högskolepoäng. Av de kurser som ingår i examen ska minst 30 högskolepoäng ligga på avancerad nivå (inklusive självständigt arbete).

Utbildningen följer en bunden studiegång vilket innebär att kurserna skall läsas i fastställd ordning.

Samläsning med studerande från andra program kan förekomma i de kurser som ingår i utbildningen.

För att gå vidare till termin två ska studenten ha fullgjort minst 22,5 hp från termin ett med godkänt resultat.

Student som antagits till programmet och ej slutfört det inom de planerade två studieåren, kan begära att få slutföra programmet även efter det att utbildningsplanen upphört att gälla. Därvid gäller de begränsningar som anges i kursplanerna för de i utbildningen ingående kurserna.

Student som antas till institutionens Masterprogram i Consumer and Business Marketing kan tillgodoräkna sig 60 hp från Magisterprogram i marknadskommunikation (IHR), motsvarande 45 hp ämneskurser och 15 hp magisteruppsats, innebärande att studenten för att erhålla en masterexamen läser ytterligare motsvarande 45 hp från masterprogrammets ämneskurser samt skriver en masteruppsats, 15 hp.