



Utbildningsplan

för

Kandidatprogram i marknadskommunikation (GI)
Bachelor's Programme in Market Communication (GI)

180.0 Höskolepoäng
180.0 ECTS credits

Programkod:	SMRPK
Gäller från:	VT 2022
Fastställt:	2016-03-09
Ändrad:	2022-01-14
Värdinstitution:	Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Denna utbildningsplan är inrättad och beslutad av Samhällsvetenskapliga fakulteten den 9 mars 2016, reviderad 2018-03-19, reviderad 2019-11-08, och senast reviderad 2022-01-14.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Engelska B/Engelska 6, Matematik C/Matematik 3b alt 3c och Samhällskunskap A/Samhällskunskap 1b alt 1a1 +1a2.

Programmets uppläggning

Programmet är uppbyggt kring en mångfald humanvetenskapliga perspektiv genom vilka det blir möjligt att problematisera och kritiskt-kreativt analysera skilda företeelser, tendenser och förändringar i det moderna samhället, kulturen och näringslivet, och därigenom skapa förståelse för hur vi i interaktion med dessa fenomen och processer på olika vis formas som tänkande, kännande och handlande människor.

Programmets övergripande syfte är att producera bildande kunskaper och erfarenheter med vilka studenter lär sig att tänka innovativt, att utveckla sin självkänedom och handlingskraft och att tillämpa dessa kapaciteter för kvalificerade ledningsuppgifter i samhället, på marknader, i företag och andra organisationer, både i Sverige och internationellt.

Undervisningen sker på svenska och engelska.

Programmet omfattar sex terminers helfartsstudier.

Termin 1

Reklam och PR I, kurspaket 30 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kurspaketet ges av Företagsekonomiska institutionen.

Termin 2

Konstvetenskap 1: Visuella studier, 30 hp.

Huvudområde: Konstvetenskap. Kursen ges av Institutionen för kultur och estetik.

Termin 3

Den tredje terminen innehåller kurserna:

- Människa-datorinteraktion 7,5 hp
- Prototyper inom interaktionsdesign 7,5 hp

Huvudområde: Data- och systemvetenskap. Kurserna ges av Institutionen för Data- och systemvetenskap.

- Typografi 7,5 hp
- Visuellt kommunikation 7,5 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kurserna ges av Företagsekonomiska institutionen.

Termin 4

Reklam och PR II, kurspaket 30 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kurspaketet ges av Företagsekonomiska institutionen.

Termin 5

Den femte terminen erbjuder två alternativ:

1. Valbara utlandsstudier motsvarande 30 hp. Utbytesstudier söks via Företagsekonomiska institutionens eller Stockholms universitets utbytesavtal.
2. Marknadsföring, kurspaket 30 hp.

Huvudområde: Företagsekonomi. Kurspaketet ges av Företagsekonomiska institutionen.

Termin 6

Kandidatkurs i reklam & PR, kurspaket 30 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kursen ges av Företagsekonomiska institutionen.

Mål

Utöver de allmänna målen i 1 kapitlet 8 § i högskolelagen gäller högskoleförordningens mål enligt nedan.

För kandidatexamen skall studenten:

Kunskap och förståelse

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,

- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

Kurser

Obligatoriska kurser i Reklam och PR I, kurspaket 30 hp (gäller även fristående studiegång):

- Reklam & PR: grundläggande management 7,5 hp
- Reklam & PR: grundläggande redovisning 7,5 hp
- Reklam & PR: grundläggande marknadsföring 7,5 hp
- Marknadsjuridiska perspektiv 7,5 hp

Obligatoriska kurser inom Reklam och PR II, kurspaket 30 hp (gäller även fristående studiegång):

- Reklamstrategi 7,5 hp
- Reklam och PR: fortsättningskurs i marknadsföring 7,5 hp
- Konsumtion, kultur och kommers 7,5 hp
- Kreativa processer inom marknadskommunikation 7,5 hp

Obligatoriska kurser inom Kandidatkurs i reklam och PR, kurspaket 30 hp:

- Slutprojekt i marknadskommunikation 7,5 hp
- Forskningsmetoder i reklam och PR 7,5 hp
- Examensarbete i Reklam och PR för kandidatexamen 15 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kurserna ges av Företagsekonomiska institutionen.

Obligatoriska kurs i huvudområde reklam och PR för fristående studiegång:

Reklam och PR III, kurspaket 30 hp:

- Slutprojekt i Reklam och PR 7,5 hp
- Forskningsmetoder i reklam och PR 7,5 hp
- Examensarbete i Reklam och PR för kandidatexamen 15 hp

Huvudområde: Reklam och PR. Kurserna ges av Företagsekonomiska institutionen.

Obligatorisk kurs i huvudområde konstvetenskap:

Konstvetenskap 1: Visuella studier, 30 hp

Kursen ges av Institutionen för kultur och estetik.

Obligatoriska kurser i huvudområde data- och systemvetenskap:

- Människa-datorinteraktion 7,5 hp
- Prototyper inom interaktionsdesign 7,5 hp

Kurserna ges av Institutionen för Data- och systemvetenskap.

Obligatoriska kurser i huvudområde reklam och PR:

- Typografi 7,5 hp
- Visuellt kommunikation 7,5 hp

Kurserna ges av Företagsekonomiska institutionen.

Valbara kurser:

Kurser inom Marknadsföring, kurspaket 30 hp:

- Varumärkesstyrning och hållbara affärsmodeller, 7,5 hp
- Marknadsföring på internet, 7,5 hp
- Industriell marknadsföring och försäljning, 7,5 hp
- Företagets samhällsansvar, 7,5 hp

Huvudområde: Företagsekonomi. Kurserna ges av Företagsekonomiska institutionen:

Valbara utlandsstudier motsvarande 30 hp. Utbytesstudier söks via Företagsekonomiska institutionens eller Stockholms universitets utbytesavtal.

Examen

Programmet leder till Filosofie kandidatexamen. Huvudområde: Reklam och PR.

Övrigt

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

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

När utbildningsplanen är upphävd har studenten rätt att slutföra sin utbildning enligt föreliggande utbildningsplan under en avvecklingsperiod som omfattar programmets nominella löptid plus två år, beräknat från den tidpunkt när sist antagna student påbörjade utbildningen. Därvid gäller i första hand de begränsningar som anges i kursplanerna för de i utbildningen ingående kurserna; alternativt erbjuds likvärdig utbildning.