

KURSPLAN

Upplivelsefokuserad marknadskommunikation 7,5 högskolepoäng U0002F

Experiential marketing communication

Kursplan antagna: Höst 2013 Lp 2 - Höst 2014 Lp 1

**BESLUTSDATUM
2013-06-20**

Upplevelsefokuserad marknadskommunikation 7,5 högskolepoäng U0002F

Experiential marketing communication

Grundnivå, U0002F

Utbildningsnivå	Fördjupningskod	Betygsskala	Ämne	Ämnesgrupp (SCB)
Grundnivå	G1F	U G#	Upplevelseproduktion	Turism- och fritidsvetenskap

Behörighet

Grundläggande behörighet samt Grundläggande behörighet samt kunskaper motsvarande MEK077, MEK022 och MEK024

Urval

Urvalet grundas på 1-165 högskolepoäng.

Examinator

Caroline Stenbacka Nordström

Mål/Förväntat studieresultat

Kursens syfte är att studenten ska problematisera och utveckla kommunikationsbegreppets innebörd i en upplevelseorienterad verksamhet.

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- redogöra för och vidareutveckla centrala begrepp i upplevelsefokuserad marknadskommunikation
- tillämpa tekniker för analys av olika typer av marknadskommunikation
- tillämpa tekniker för utveckling av marknadskommunikation med en upplevelseorientering
- presentera en helhetssyn på upplevelsefokuserad marknadskommunikation och dess tillämpningsmöjligheter i upplevelseindustri och annan verksamhet

Kursinnehåll

Kurslitteraturens centrala begrepp och tekniker integreras i den egna lärandeprocessen genom examinationsuppgifterna.

Genomförande

Kursens undervisningsspråk samt undervisningsform anges för varje kurstillfälle och framgår av kurssidan på Luleå tekniska universitets hemsida.

Lärlarleda lektioner, arbetsuppgifter och uppsats som grupparbete.

Examination

Om det finns beslut om särskilt pedagogiskt stöd, i enlighet med Riktlinjen Studentens rättigheter och skyldigheter vid Luleå tekniska universitet, finns möjlighet till anpassad eller alternativ examinationsform.

Lektioner och uppgifter.

Övrigt

Obligatorisk närvaro vid kursstart.

Litteratur. Gäller från Höst 2013 Lp 2

Fill, C. 2013. Marketing Communications Brands, experiences and participation. ISBN: 9780273770541

König, S. 2012. Kundrelationer i sociala medier, ISBN: 9789147108978

Kursgivare

Institutionen för konst, kommunikation och lärande

Prov

Provnr	Typ	Hp	Betyg
0001	Lektioner och uppgifter	3	U G#
0002	Uppsats	4,5	U G#

Revidering fastställd

av Monica Johansson, huvudansvarig utbildningsledare vid Institutionen för konst, kommunikation och lärande
2013-06-20

Kursplanen fastställd

av Oskar Gedda 2010-06-30