



HÖGSKOLAN FÖR LÄRANDE
OCH KOMMUNIKATION
HÖGSKOLAN I JÖNKÖPING

Brand Management, 5 poäng

KURSPLAN OCH LITTERATURLISTA

HLK

Kursplanen fastställd av
Nämnden för MKV-programmet

2004-12-09

Reviderad

2005-01-26, 2005-03-17, 2005-06-09

Kurskod: LBMB05

Nivå: B

Utb.omr: SA 70 %/ TE 30

Ämneskod: MKA

Medie- och kommunikationsvetenskapliga programmet,

Brand management, 5 poäng

(Brand Management, 5 credit points, 7.5 ECTS credits)

Inriktningen Public Relations syftar till att den studerande utvecklar såväl kunskaper som färdigheter i hanteringen av framförallt säljande kommunikation och information. Inriktningen har en klar fokusering på reklammedier.

Syfte

Kursens syfte är att leda till den studerande förvärvar kunskaper om hur varumärken är strategiska tillgångar i företags och organisationers utveckling av en stark marknadsposition. Kursen utgår från de teorier, modeller och undersökningsmetoder som bildar grunden i strategisk varumärkesvård.

Innehåll

- Varumärkesmodeller
- Märkesanalys, identitet och personlighet
- Varumärkesstrategier
- Omvärldsanalys
- Positionering och design
- Varumärkesplattform i praktiken

Kursen ingår i utbudet för internationella studenter och ges på engelska.

I kursen ingår såväl teoretiska som praktiska moment. Särskild betoning läggs vid frågor som rör jämställdhet och interkulturella aspekter, samt IT-kunskaper och språk.

Undervisningens karaktär

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier, gruppövningar, laborationer och handledning. Undervisningen kräver aktiv närvaro och engagemang.

Examination och betyg

Examination sker i form av skriftliga och/eller muntliga prov, självständiga arbeten och grupparbeten, samt genom aktivt deltagande i undervisningen. Som betyg används något av uttrycken Väl Godkänd, Godkänd eller Underkänd. För närvarande avvaktas beslut om införandet av det gemensamma europeiska betygssystemet ECTS på svenska utbildningar.

Kurslitteratur

Kurslitteratur förtecknas i bilaga.

Former för kursvärdering

Kursvärdering sker enligt anvisningar.

Tillträdeskrav

Inriktningen i sin helhet erbjuds enbart programstuderande, se utbildningsplan.

Övrigt

För de kurser som erbjuds som valbara på engelska för programstudenter och internationella studenter finns särskilda kursplaner upprättade.

Student som blivit antagen och slutfört kurserna inom inriktningen kan ansöka om kursbevis över samtliga kurser.

Inriktningarna samarbetar med flertalet partneruniversitet vilket innebär att det finns en målsättning att kunna erbjuda den studerande att möta lärare från dessa universitet/högskolor inom ramen för inriktningens kurser. Möjligheter till kortare utbyten som ex. verksamhetsförlagd utbildning utomlands finns som målsättning inom inriktningen.

Litteraturlista

05-06-09

Riezebos, Rik (2003) *Brand Management*. Prentice Hall.

Schultz, Don E. & Schultz, Heide F. (2004) *Brand Babble. Sense and Nonsense About Branding*. Thomson Learning

Kompendium tillkommer