



# AG124U Perspektiv på platsmarknadsföring /uppdragsutbildning/ 9,0 hp

Perspectives on Place Marketing /Commissioned Course/

## Fastställande

Kursplan för AG124U gäller från och med HT08

## Betygsskala

P, F

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Huvudområden

Teknik

## Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

## Lärandemål

Målet för kursen är att ge kunskap om och skapa förståelse för olika perspektiv på platsmarknadsföring, dels som teori, dels som praktik.

## Kursinnehåll

Kursen består av föreläsningar, övningar, seminarier, ett projektarbete och en tentamen. Kursen är strukturerad med utgångspunkt i teman som "platsen som produkt", "platsproducenter - aktörer, ansvar och roller", "platskonsumenter – efterfrågan, marknader och målgrupper" och "platsen och dess omvärld – konkurrens och samarbete".

## Kurslitteratur

Valda texter som ger en bild av olika utgångspunkter, angreppssätt och teman inom forskningen om platsmarknadsföring, samt om platsmarknadsföringens praktik. I huvudsak litteratur på svenska.

## Examination

- PRO1 - Projekt, 2,0 hp, betygsskala: P, F
- TEN1 - Tentamen, 5,0 hp, betygsskala: P, F
- ÖVN1 - Övningar, 2,0 hp, betygsskala: P, F

## Övriga krav för slutbetyg

För att erhålla betyget godkänd på kursen krävs godkänt i samtliga moment: aktiv medverkan i seminarier och övningar, aktiv medverkan i och godkänt projektarbete samt godkänd tentamen. För att erhålla 9 akademiska poäng krävs minst 75 procent korrekta svar på tentamen.

## Etiskt förhållningssätt

- Vid grupparbete har alla i gruppen ansvar för gruppens arbete.
- Vid examination ska varje student ärligt redovisa hjälp som erhållits och källor som använts.
- Vid muntlig examination ska varje student kunna redogöra för hela uppgiften och hela lösningen.