

AFLYST i E22 - Valgkursus: Experiential marketing

Titel	AFLYST i E22 - Valgkursus: Experiential marketing
Semester	E2022
Kandidatuddannelse i	Kommunikation
Aktivitetstype	Valgfrit
Undervisningssprog	Dansk
Studieordning	Læs mere om uddannelsen og find din studieordning på ruc.dk

REGISTRATION AND STUDY ADMINISTRATIVE

Tilmelding	Du skal tilmelde dig på stads i tilmeldingsperioden, som du kan se på intra Når du tilmelder dig studieaktiviteter, skal du være opmærksom på, om undervisning og eksamen i de forskellige studieaktiviteter er på samme tidspunkt. RUC planlægger studieaktiviteter sådan at der ikke er overlap, hvis du følger dit anbefalede studieforløb. I forhold til valgfrie elementer og studieplaner, som afviger fra det anbefalede studieforløb, kan der dog forekomme overlap, alt efter hvilke kurser du vælger.
Deltagerantal	
ECTS	10
Aktivitetsansvarlig	Jens Friis Jensen (jensfj@ruc.dk)
Studieleder	Anja Mølle Lindelof (lindelof@ruc.dk)
Undervisere	
Studieadministration	IKH Studieadministration (ikh-studieadministration@ruc.dk)
Aktivitetsnummer	U60318

ACADEMIC CONTENT

Overordnet formål	Formålet med kurset er at give den studerende viden om et afgrænset kommunikationsfagligt emneområde/praksisfelt,
-------------------	---

	herunder indføring i og kritisk diskussion af aktuelle begreber, teorier og undersøgelsesmetoder, evt. i samspil med praktikere inden for feltet.
Uddybende beskrivelse	Experiential Marketing er en tilgang til marketing, hvor virksomheder, organisationer og institutioner bruger oplevelser strategisk som markedsføring. I dette kursus er der fokus på fysiske og virtuelle møder som f.eks. kundeoplevelser, brand activation pop-ups, events, street marketing, kampagneaktiviteter m.m. Kurset kombinerer således marketing-, kommunikations-, event- og oplevelsesstudier, og arbejder med analyse og udvikling af oplevelser, hvor oplevelseskommunikation bringes i spil i relation til f.eks. en virksomheds strategiske overvejelser i dens arbejde med udvikling af forskellige typer af markedsrettede oplevelser. Der arbejdes således med begreber som sted, fysiske- og virtuelle rum, den æstetiske ramme, deltagelse og sociale situationer i et strategisk markedsperspektiv; og med hvordan disse begreber tænkes ind i design af oplevelser, der har til formål at engagere kunden i en fysisk og/eller virtuel oplevelse med henblik på at skabe minder om og relationer til virksomheden.
Pensum	Litteraturen er tilgængelig på moodle forud for kursusstart
Tilrettelæggelse og indsats	Den samlede studieindsats for den studerende (ECTS-point omregnet i timer) = 270 timer Timerne fordeles imellem • Kursusundervisning: 24 timer • Forberedelse: 144 timer • Eksamen: 80 timer • Andre aktiviteter: 22 timer (semesterstart, litteratursøgning mv)
Udbudsformat	
Undervisningsevaluering	Den studerende modtager formativ feedback i forbindelse med kursusundervisningen. Den studerende modtager summativ feedback i form af eksamensbedømmelse (bestået / ikke bestået). Evaluerings af kurset: Kurset evalueres mundtligt undervejs i kursusforløbet med henblik på at afdække behov for justeringer. Kurset evalueres mundtligt og skriftligt ved kursusafslutning med henblik på at få input til næste undervisningsforløb. Evaluation will be based on the evaluation practice of the study board.
Program	Programmet er tilgængelig på Moodle forud for kursusstart.
ASSESSMENT	

Læringsmål

Efter endt kursus kan den studerende:

- demonstrere dybdegående viden om et afgrænset emneområde/virkefelt inden for kommunikation, herunder nuanceret kendskab til gængse produktions- og projektarbejdsformer i relation til emneområdet
- identificere og anvende aktuelle teorier og metoder af relevans for emneområdet/virkefeltet, herunder forståelse for væsentlige kommunikationsfaglige problemstillinger
- udvikle, tilrettelægge og præsentere en konkret kommunikationsproduktion eller -projekt med relevans for emneområdet/virkefeltet
- selvstændigt og reflekteret omsætte teoretiske perspektiver og metodiske tilgange til en konkret kommunikationsfaglig praksis
- selvstændigt tage ansvar for egen faglig udvikling

Prøveform

Individuel portfolio

Portfolioen skal have et omfang på 24.000-48.000 tegn inkl. mellemrum. Produkterne kan f.eks. være øvelsesbesvarelser, talepapirer til præsentation, skriftligt feedback, skriftlige refleksioner og skriftlige opgaver. Udfærdigelsen af produkterne kan være underlagt tidsbegrænsninger.

Omfangskravene er inklusive eventuel forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste, figurer og andre illustrationer, men eksklusive eventuelle bilag.

Produkterne til portfolioen udarbejdes helt eller delvist under kursusforløbet.

Portfolioen afleveres samlet (uploades på eksamen.ruc.dk). Evt. løbende delaflevering til den kursusansvarlige med henblik på feedback erstatter ikke den samlede aflevering.

Der foretages en samlet bedømmelse af portfolioen.

Bedømmelse: bestået/ikke-bestået

Omprøveform

Individuel portfolio

Portfolioen skal have et omfang på 24.000-48.000 tegn inkl. mellemrum. Produkterne kan f.eks. være øvelsesbesvarelser, talepapirer til præsentation, skriftligt feedback, skriftlige refleksioner og skriftlige opgaver. Udfærdigelsen af produkterne kan være underlagt tidsbegrænsninger.

Omfangskravene er inklusive eventuel forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste, figurer og andre illustrationer, men eksklusive eventuelle bilag.

Produkterne til portfolioen udarbejdes efter kursusafslutningen.

Portfolioen afleveres samlet (uploades på eksamen.ruc.dk). Evt. løbende delaflevering til den kursusansvarlige med

henblik på feedback erstatter ikke den samlede aflevering.

Der foretages en samlet bedømmelse af portfolioen.

Bedømmelse: bestået/ikke-bestået

Prøveform ved særlige tilfælde

Prøveform og bedømmelseskriterier (udmøntet)

Prøven er en individuel portfolio. Portfolioen sammensættes af øvelser, som den studerende har lavet i forbindelse med kursusforløbet.

Portfolioen skal opfylde alle formelle krav og i bedømmelsen lægges der vægt på i hvor høj grad den studerende

- demonstrerer dybdegående viden om valgkursets emneområde/virkefelt, herunder nuanceret kendskab til gængse praksisformer
- viser evnen til at identificere og anvende aktuelle teorier og metoder af relevans for emneområdet/virkefeltet, herunder forståelse for væsentlige kommunikationsfaglige begreber
- reflekterer kan omsætte teoretiske perspektiver og metodiske tilgange til en konkret kommunikationsfaglig praksis
- kan udvikle, tilrettelægge og præsentere konkrete kommunikationsproduktioner eller -projekter med relevans for området og med brug af adækvate kommunikations- og formidlingsformer

Eksamenskode(r)

Eksamenskode(r) : U60318