



LUNDS  
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

## SEMA56, Hållbar marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

*Sustainable Marketing, 7.5 credits*

Grundnivå / First Cycle

---

### Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för tjänstvetenskap 2024-11-13 (STYR 2024/2805). Kursplanen träder i kraft 2024-11-13 och gäller från och med höstterminen 2025.

### Allmänna uppgifter

Kursen ges som fristående kurs.

Kursen erbjuds som fristående kurs inom valfri termin fem på kandidatprogrammet i service management (SGSEM), 180 högskolepoäng.

*Undervisningsspråk: Svenska*

Moment på engelska kan förekomma.

*Huvudområde*

*Fördjupning*

Service  
management

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som  
förkunskapskrav

### Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten

### Kunskap och förståelse

- förklara och förstå hållbarhetsutmaningar inom marknadsföring, samt
- förklara och förstå begrepp, teorier och perspektiv centrala för hållbar marknadsföring.

### Färdighet och förmåga

- granska och analysera organisationers marknadsföring ur ett hållbarhetsperspektiv,

- tillämpa begrepp och perspektiv för att utveckla och analysera hållbar marknadsföring, samt
- diskutera och analysera kopplingen mellan marknadsföring och hållbar konsumtion.

### Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt granska och diskutera etiska frågor relaterade till hållbar marknadsföring,
- värdera och analysera om och hur hållbar marknadsföring kan bidra till långsiktig lönsamhet och konkurrenskraft, samt
- visa förmåga att reflektera över marknadsföringens roll i att främja hållbar konsumtion.

### Kursens innehåll

Kursen behandlar teman, begrepp och teorier inom hållbar marknadsföringsforskning och hur de kan användas för att förstå och problematisera dagens marknadsföringsutmaningar med ett hållbarhetsperspektiv. Kursen består av två moment:

**Moment 1:** Hållbar marknadsföring – teorier och forskningsområden (4 högskolepoäng)

Detta moment behandlar olika teman som är aktuella inom hållbar marknadsföring, såsom, cirkulär ekonomi och hållbara affärsmodeller och hållbara varumärken, social media och hållbar marknadskommunikation och hållbar konsumtion. Momentet bygger på forskning som används för att identifiera hållbarhetsutmaningar, utveckla och granska hållbar marknadsföring, samt diskutera marknadsföringens koppling till hållbar konsumtion.

**Moment 2:** Hållbar marknadsplan (3,5 högskolepoäng)

Här arbetar studenterna i grupp för att skapa en hållbar marknadsplan för ett företag. Uppgiften inkluderar både teoretisk bakgrund och praktisk tillämpning av hållbar marknadsföring.

### Kursens genomförande

I undervisningen består av föreläsningar och seminarier samt handledning.

Deltagande i introduktionsföreläsningen, gästföreläsningar och seminarier är obligatoriska om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

### Kursens examination

Kursen examineras genom följande:

**Moment 1:** Individuell inlämningsuppgift (4 högskolepoäng), modulkod 2501

**Moment 2:** Projektarbete (3,5 högskolepoäng), modulkod 2502

På kursen erbjuds ordinarie prov, omprov i nära anslutning till det ordinarie provet samt ytterligare ett provtillfälle avseende kurser som avslutats under det gångna läsåret (uppsamlingsprov). Inom ett år efter att kursen genomgått en större förändring eller upphört erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med gällande kursplan.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt studentstöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

## **Betyg**

Betygsskalan omfattar betygsgraderna: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. För betyget godkänt krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen. För betyget väl godkänd krävs att lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda. För väl godkänd på hel kurs krävs att studenten har erhållit betyget väl godkänd på modulkod 2501.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

## **Förkunskapskrav**

För tillträde till kursen krävs grundläggande behörighet samt minst 60 högskolepoäng i vilken ingår en grundkurs i marknadsföring.