

---

## Kursrapport - Marknadsföring inom sport IV541G

---

### Bakgrundsinformation

Kursens namn: Marknadsföring inom sport  
Termin: HT18  
Ladokkod: IV541G  
Kursansvarig: Mattias Melkersson  
Antal registrerade studenter: 33  
Antal studenter som besvarat den summativa kursvärderingen: 5

Genomförande	Sätt X
Föregående kursrapport är kommunicerad i samband med kursstart	
Tidig dialog om förväntningar på kursen	X
Formativ kursvärdering	X
Summativ kursvärdering	X
Återkoppling till studenterna	

### Utvärderingsformer

Formativ kursutvärdering genom muntlig dialog i samband med kursavslut.

Summativ kursutvärdering genomförd via länk till enkät på kurshemsidan i Canvas. Påminnelse skickad två gånger via Canvas.

### Sammanfattning av studenternas kursvärderingar

Den digitala kursutvärderingen ger följande omdömen av studenterna på enkätens frågor:

- 1) I vilken utsträckning anser du dig ha uppnått kursens lärandemål?
  - a. Kursen har 4 lärandemål som har bedömts utifrån en 6-gradig skala (värde 1: I mycket liten utsträckning – värde 6: I mycket stor utsträckning).
  - b. Studenternas omdöme blev i snitt 4,25 (1–6) där det lägsta omdömet var 4,0 och det högsta omdömet 4,4.

- 2) I vilken utsträckning anser du att kursens arbetsformer/läraktiviteter har varit ett stöd i ditt lärande för att kunna uppnå lärandemålen? (Graderats på skala mellan 1 och 6).
  - a. Föreläsningar 4,4
  - b. Seminarier 4,4
  - c. Inlämningsuppgift 3,6
  - d. Grupparbete 4,4
  - e. Muntlig redovisning 4,2
  
- 3) I vilken utsträckning anser du att kursens examinationsformer har gett dig möjlighet att visa hur väl du uppnått lärandemålen? (Graderats på skala mellan 1 och 6).
  - a. Examinationsformerna för kursen har varit salstentamen, muntlig redovisning och skriftlig inlämning. Studenternas omdöme blev 4,8.
  
- 4) I vilken utsträckning anser du att kursen som helhet uppfyllt dina förväntningar? (Graderats på skala mellan 1 och 6).
  - a. Studenternas omdöme blev 4,4
  
- 5) I vilken utsträckning har kursen gett dig möjlighet att ta ansvar för ditt eget lärande?
  - a. Studenternas omdöme blev 5,0

Utöver de obligatoriska frågorna så framkom det också att kursen anses ha relevans för studenternas framtida yrkesutövning (4,8). Studenterna har enligt enkäten lagt ner tid motsvarande 50% av heltid (cirka 20 timmar per vecka) vilket även motsvarar kursens fart (halvfart).

### **Sammanfattning av lärarlagets utvärdering**

Kursen är en väletablerad och populär kurs men som inför årets tillfälle fick ny kursledare. Detta innebar en viss förändring i arbetssättet men strukturen bibehölls enligt tidigare år och enligt kursplan. Enligt enkäten framgår det att lärandemålen kommunicerats och att de uppfyllts på ett tillfredsställande sätt. Gällande arbetsformerna så får momentet *Inlämningsuppgifter* ett lägre omdöme än övriga moment. Inlämningsuppgiften bestod av en skriftlig version av den muntliga redovisningen vilket kan ha uppfattats som ett dubbelmoment och därför fått lägre omdöme.

Examinationsformerna för kursen har varit muntlig redovisning, skriftlig inlämning samt en avslutande salstentamen. De olika examinationsformerna har varit starkt kopplade till kursplanen och dess lärandemål som inkluderar både teoretisk förståelse och praktisk implementation.

### **Analys**

Kursen är en väletablerad och viktig kurs inom inriktningen Sport management då den ger studenterna en god grund i såväl marknadsföringsteoretiska som varumärkestestetiska begrepp och teorier. Uppskattade moment är de gästföreläsningar som är centrala i kursen, här kommer olika aktörer från idrottsvärlden in och ger sin syn på marknadsföring och varumärkesbyggande. Dessa aktörer innefattar både idrottsför- eningar som aktörer vilka på något sätt interagerar med idrottsvärlden (exempelvis sponsring). Gästföreläsningarna kopplas sedermera till den gruppuppgift som är en delexamination för kursen. Här ges studenterna möjlighet att koppla teoretiska kunskaper med praktiska och verkliga fall. I utvärderingen framkom det att studenterna upplever en avsaknad av marknadsföring/varumärkesbyggande via sociala medier, en arena som vuxit sig starkt de senaste åren. Detta ses som den främsta delen som saknas i kursinnehållet.

### **Åtgärdsplan**

Den främsta åtgärden för kursen är att integrera marknadsföring och varumärkesbyggande via sociala medier då detta är en stor och viktig marknad. Detta är en uppfattning som delas av både studenterna och kursansvarig.

### **Förslag till revidering av kursplan**

En revidering av kursplanen för att inkludera sociala medier i relation till marknadsföring och varumärkesbyggande rekommenderas för att vara mer "up-to-date" med hur branschen ser ut.