
Kursrapport – Sport, marknadsföring och varumärken IF139F

Bakgrundsinformation

Kursens namn: Sport, marknadsföring och varumärken
Termin: HT19
Ladokkod: IF139F
Kursansvarig: Gun Normark
Antal registrerade studenter: 34
Antal studenter som besvarat den summativa kursvärderingen: 8

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

Utvärderingsformer

Kursen ges på distans utan några fysiska träffar.

Summativ kursutvärdering genomförd via länk till enkät på kurshemsidan i Canvas. Påminnelse skickad 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 3 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 4,6 (1–6) där det lägsta omdömet var 3,0 och det högsta omdömet 6

- 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. Inlämningsuppgifter 4,4
 - b. Grupparbete 4,4
- 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 skriftliga inlämningar, både i grupp och individuellt. Studenternas omdöme blev 4,9
- 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? (Graderats på skala mellan 1 och 6).
 - a. Studenternas omdöme blev 5,8

Utöver de obligatoriska frågorna så framkom det också att kursen anses ha god relevans för studenternas framtida yrkesutövning (4,0). Studenterna har enligt enkäten lagt ner tid motsvarande 30–40% av heltid (cirka 10–15 timmar per vecka) vilket är något lägre än kursens fart (halvfart). Den obligatoriska kurslitteraturen anses vara aktuell och ha ett fullgott innehåll med relevans för framtida yrken.

Sammanfattning av lärarlagets utvärdering

Kursen ges på distans och det finns inga fysiska träffar. Kursen är en av de fristående kurser som har högst söktryck på LS. Det är en väletablerad och populär kurs. Enligt enkäten framgår det att lärandemålen kommunicerats och att de uppfyllts på ett tillfredsställande sätt. Gällande arbetsformerna så får momentet *online-seminarium* ett lägre omdöme än övriga moment. Studenterna upplever även att det kan vara problematiskt att få svar från sina gruppmedlemmar i samband med grupparbetet. Grupparbetet anses dock vara ett bra arbetssätt där studenterna kan diskutera och lära från varandra. Detta är ett positivt resultat från föregående år där grupparbetet varit ifrågasatt. Förändring från föregående år har främst inneburit tydligare direktiv och tydligare kommunikation från kursledaren angående grupparbetets betydelse.

Examinationsformerna för kursen har uteslutande varit skriftliga inlämningar samt ett obligatoriskt seminarium i chatt-form via Canvas.

Analys

Kursen är en väletablerad och populär kurs då den ger studenterna en god grund i såväl marknadsförings-teoretiska som varumärkestestetiska begrepp och teorier. Kursen anses vara väl fungerande baserat på omdömen i kursutvärderingen. Viss kritik ges till online-seminariet att det kan vara svårt att följa med, samt att det finns tekniska begränsningar med lagg. Därtill efterfrågar studenterna inspelade föreläsningar som ligger i ett bibliotek på kurssidan. Detta känns aktuellt, relevant och bör införlivas i kursen vid framtida tillfällen.

Åtgärdsplan

Den främsta åtgärden för kursen är att försöka inkludera online-föreläsningar. Detta anses som en naturlig progression för en distanskurs utan campusträffar. Kursledare bör omgående skapa föreläsningar som spelas in och läggs upp på kurssidan.

Förslag till revidering av kursplan

Tillägg i lärandeformer: inspelade föreläsningar.