



KURSPLAN

Marknads- och kommunikationsrätt, 7,5 högskolepoäng

Marketing and Communication Law, 7.5 credits

Kurskod:	LMKG17	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Utbildningschef 2016-10-24	Utbildningsområde:	Juridiska området (80%) och samhällsvetenskapliga området (20%)
Gäller fr.o.m.:	Våren 2017	Ämnesgrupp:	JU1
Version:	1	Fördjupning:	G1N
Diarienummer:	HLK 2016/4123-313	Huvudområde:	Affärsjuridik

Lärandemål

Studenterna ska, efter genomgången kurs kunna:

Kunskap och förståelse

- Visa grundläggande kunskap om uppbyggnaden hos och relationen mellan de lagar som kursen tar upp, till exempel den balans som måste finnas mellan offentlighetsprincipen och möjligheten att sekretessbelägga viss information (1)
- Visa grundläggande förståelse för hur individer och företag förhåller sig till de lagar som kursen tar upp, samt den påverkan lagstiftning har på marknaden för marknadsföring (2)
- förklara juridiska problem och begrepp inom marknads- och kommunikationsrätt (3)

Färdighet och förmåga

- tillämpa det juridiska regelverket för praktisk problemlösning (4)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt reflektera över det juridiska regelverket (5)
- värdera det juridiska regelverkets roll i tvister mellan individer, mellan individer och företag samt mellan företag (6)
- värdera den roll lagstiftning spelar i individers och företags relation med myndigheter (7)

Innehåll

- Allmän kommersiell juridik
- Marknadsrätt
- Offentlighet och sekretess
- Regler vid offentlig upphandling

Undervisningsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och övningar individuellt och i grupp. I kursen används digital lärplattform, exempelvis PingPong.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning/handledning

under den tid som angavs för det kurstillfälle som sökande blivit antagen till. Därefter upphör rätten till undervisning/handledning.

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet.

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

- Seminarium i tre delar, individuell bedömning (mål 4)
- Tentamen, individuell bedömning (mål 1, 2, 3)
- PM, gruppuppgift (mål 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 med betoning på mål 5)
- Seminarium med opponering, individuell bedömning (mål 6, 7)

För godkänt på kursen krävs godkänt på alla examinationsmomenten. För väl godkänt krävs väl godkänt på 5,5 hp.

Undervisning och kurslitteratur utgör grund för examination.

För bedömning skall underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas. En student som fått godkänt betyg på ett examinationsmoment kan inte examineras igen för att höja betyget. Mer information kring bedömning av enskilda lärandemål och kriterier för betygssättning tillhandahålls i studieanvisningar vid kursstart.

En student garanteras minst tre provtillfällen, inklusive ordinarie provtillfälle, för aktuellt kurstillfälle.

Efter att ha blivit underkänd vid examination på samma moment tre gånger har student rätt att på begäran, om möjligt, få därpå följande examination bedömd och betygsatt av ny examinator. Beslut om byte av examinator fattas av utbildningschef.

Om en kurs upphör eller ändras väsentligt erbjuds examination enligt den förutvarande kursplanen vid minst två tillfällen inom ett år efter beslutet.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Tre seminarier	1 hp	U/G
Tentamen	2 hp	U/G/VG
PM, gruppuppgift	3,5 hp	U/G/VG
Seminarium med opponering	1 hp	U/G

Kursvärdering

Uppföljning av undervisning sker fortlöpande under kursen. Kursvärdering sker vid kursens slut. Kursvärderingen sammanställs och kommenteras av den kursansvarige läraren och om möjligt studentrepresentant/er (kursutvecklare), publiceras på lärplattform samt lämnas till

utbildningsadministrationen. Kursvärderingen skall ligga till grund för kommande kursplanering.

Kurslitteratur

Lindholm, Per Henrik och Nordback Kenneth red. (2016). *Svensk lag 2016*. Uppsala: Iustus Förlag. Valda delar om ca 300 sidor. (Eller motsvarande lagtext via internet.)

Nordell, Per Jonas (2010). *Marknadsrätt för Juridisk översikt kurs*. Stockholm: Norstedts juridik. 44 sidor.

Svensson, Carl Anders, (2016) *Den svenska marknadsföringslagstiftningen*. Lund: Studentlitteratur. 250 sidor.

Utredningen om könsdiskriminerande reklam. (2008) *Könsdiskriminerande reklam. Kränkande utformning av kommersiella meddelanden* (Statens offentliga utredningar 2008:5). Stockholm: Fritze. 307 sidor. (e-publikation)

Zetterström, Stefan (2010). *Offentlighet och sekretess*. Solna: Liber. 96 sidor.

Artiklar, ca 60 sidor

Litteraturreferenser:

Litteraturreferenser – så skriver du. <http://ju.se/bibliotek/sok---skrivhjalp/litteraturreferenser---sa-skriver-du.html>

Informationsmaterial om plagiat på högskolor och universitet. Interaktiva antiplagiatguiden. <http://pingpong.hj.se/public/courseId/10128/publicPage.do>. Finns även i kursens aktivitetet på lärplattformen (PingPong).