

KURSPLAN

Marknads- och kommunikationsrätt, 7,5 högskolepoäng

Marketing and Communication Law, 7.5 credits

Kurskod:	LMKG17	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Utbildningschef 2017-12-18	Utbildningsområde:	Juridiska området (80%) och samhällsvetenskapliga området (20%)
Reviderad av:	Utbildningsledare 2018-11-29	Ämnesgrupp:	JU1
Gäller fr.o.m.:	Våren 2019	Fördjupning:	G1N
Version:	3	Huvudområde:	Affärsjuridik

Lärandemål

Efter avslutad kurs förväntas studenten 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

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)
- Skriftlig inlämningsuppgift i grupp (mål 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 med betoning på mål 5)
- Seminarium, 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 ska underlaget vara sådant att individuella prestationer kan särskiljas. Mer information kring bedömning av enskilda lärandemål och kriterier för betygssättning tillhandahålls i studieranvisningar 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 examiner. Beslut om byte av examiner fattas av utbildningschef. En student som fått godkänt betyg på ett examinationsmoment kan inte examineras igen för att höja betyget.

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
Skriftlig inlämningsuppgift i grupp	3,5 hp	U/G/VG
Seminarium	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 ska ligga till grund för kommande kursplanering.

Kurslitteratur

Justitiedepartementet (2013). *Offentlighetsprincipen och sekretess*. 35 sidor. Information om lagstiftningen. E-publication: <https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2013/01/offentlighetsprincipen-och-sekretess/>

www.regeringen.se/informationsmaterial/2013/01/offentlighetsprincipen-och-sekretess/

Lindblom, Per-Henrik & Nordback, Kenneth (red.) (2019). Svensk lag 2019. (22 uppl.) Uppsala: Iustus. Valda delar om ca 300 sidor (alternativt lagtext utskriven från databas).

Proposition 2017/18:105 Ny dataskyddslag. 335 sidor. E-publication: <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2018/02/prop.-201718105/>

www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2018/02/prop.-201718105/

SOU 2008:5 *Könsdiskriminerande reklam - kränkande utformning av kommersiella meddelanden*. 307 sidor. E-publication: <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2008/01/sou-20085/>

Svensson, Carl-Anders (2016). Den svenska marknadsföringslagstiftningen. (17 uppl.) Lund: Studentlitteratur. 250 sidor.

Wetterberg, Dag (2014). Medierätt: en handbok. (1 uppl.) Stockholm: Norstedts juridik. 166 sidor.

Artiklar och rättsfall: ca 60 sidor

Referenslitteratur

Interaktiva antiplagiatguiden. E-publication:

<http://pingpong.hj.se/public/courseId/10128/publicPage.do>.

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