

Marknadsmedvetenhet i internationell medieöverskridande design och produktion

Programkurs

6 hp

Market Awareness in International Crossmedia

Design and Production

TEAE16

Gäller från: 2019 VT

Fastställd av

Programnämnden för data- och
medieteknik, DM

Fastställandedatum

2018-08-31

Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G2X

Kursen ges för

- Grafisk design och kommunikation, kandidatprogram

Särskild information

Ska kunna samläsas på distans med studenter från andra universitet.

Förkunskapskrav

OBS! Tillträdeskrav för icke programstudenter omfattar vanligen också tillträdeskrav för programmet och ev. tröskelkrav för progression inom programmet, eller motsvarande.

Rekommenderade förkunskaper

Grunder i marknadsanalys, varumärkest teori och gruppdynamik samt färdigheter i vetenskapligt skrivande inom managementområdet.

Lärandemål

Efter genomförd kurs ska studenten:

- ha grundläggande kunskap om och kunna beskriva hur företag internationaliseras
- beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller rörande hur medvetenhet om marknader erhålls
- beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller som förklarar kulturella skillnader och hur de påverkar kommunikation
- analysera en klient, en klients tänkta kunder, klientens konkurrenter, kulturella skillnader och kommunikationsalternativ för att fastställa klientens kommunikationsbehov vid inträde på en internationell marknad
- avrapportera en sådan analys i en vetenskaplig rapport med intern och begreppsmässig validitet, utförd med deduktiv analys där rekommendationerna fokuserar på att övertyga om lämpligheten i den föreslagna kommunikationsstrategin.
- kunna tillämpa grundläggande planeringsverktyg i ett internationellt samarbete

Kursinnehåll

Internationalisering av företag

Marknadsanalys av kommunikationsbehov vid internationalisering

Grunder i vetenskaplig metod

Analys av klients kommunikationsbehov vid internationalisering

Vetenskapligt skrivande (managementområdet).

Undervisnings- och arbetsformer

Miniföreläsningar (och/eller podcasts), länkar till webbaserat material och obligatorisk läsning som seminarieförberedelse

Online seminarier för teoridiskussion

(Multinationell) gruppuppgift för att fastställa kommunikationsbehoven för en klient som avser gå in på utländsk marknad som avrapporteras i en vetenskapligt grundad rapport

Online handledning

Examination

PRA1	Projektuppgift	4 hp	U, G
KTR1	Kontrollskrivning, litteratur	2 hp	U, 3, 4, 5

Inlämning av slutrapport för PRA1 efter angivet datum medför med automatik U för PRA1 om inte ett av examinator godtagbart skäl tillställs examinator i skrift senast inlämningsdatumet.

Betyget på KTR1 avgör slutbetyget på kursen.

Betygsskala

Fyrgradig skala, LiU, U, 3, 4, 5

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

Studierektor eller motsvarande

Johan Holtström

Examinator

Christina Grundström

Undervisningstid

Preliminär schemalagd tid: 0 h

Rekommenderad självstudietid: 160 h

Kurslitteratur

Övrigt

Lista med rekommenderad och obligatorisk litteratur inom följande områden:

- marknadsanalys/business intelligence
- varumärkesledning i en internationell kontext
- internationalisering
- kultur i samband med marknadskommunikation
- integrerad marknadskommunikation (IMK)
- metod