

## Advanced Consumer Marketing

Advanced Consumer Marketing  
15 hp

Fristående- och programkurs

722A49

Gäller från: 2015 HT

<b>Fastställd av</b>	<b>Huvudområde</b>	
Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd	Företagsekonomi	
<b>Fastställandedatum</b>	<b>Utbildningsnivå</b>	<b>Fördjupningsnivå</b>
2015-10-16	Avancerad nivå	A1F
<b>Reviderad av</b>	<b>Utbildningsområde</b>	
	Samhällsvetenskapliga området	
<b>Revideringsdatum</b>	<b>Ämnesgrupp</b>	
	Företagsekonomi	
<b>Gavs första gången</b>	<b>Gavs sista gången</b>	
HT 2015		
<b>Institution</b>	<b>Ersätts av</b>	
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling		

## Kursen ges för

- Master's Programme in Business Administration - Strategy and Management in International Organisation
- Master's Programme in Business Administration - Strategy and Management in International Organisations

## Förkunskapskrav

- Kandidatexamen i företagsekonomi eller nationalekonomi om minst 180 hp eller motsvarande eller  
Kandidatexamen om minst 180 hp varav minst 60 hp i kurser inom Företagsekonomi (exempelvis redovisning, marknadsföring, organisationsteori, strategi, finansiering, HRM)
- Godkänd engelska motsvarande grundläggande behörighet på grundnivå (Engelska 6/B)  
(Undantag för svenska)  
samt
- 40 hp godkänt från år 1 på programmet

## Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande på en avancerad nivå kunna:

- redogöra för aktuella trender i forskning om konsumentmarknadsföring.
- analysera och kritiskt granska koncepten och implikationerna av aktuell forskning kring tjänsteinnovation, varumärken, kundtillfredsställelse, tjänstelogik och konsumentbeteende.
- redogöra för marknadsundersökningsmetoder som används inom konsumentmarknadsföring
- använda teoretiska och forskningsmetodiska kunskaper för att genomföra en vetenskaplig studie i konsumentforskningsfrågor.

## Kursinnehåll

Kursen Advanced Consumer Marketing tar sin utgångspunkt i begreppet tjänsteinnovation och att en innovation inte realiserar om konsumenter inte i slutändan förändrar sitt beteende. I kursen poängteras speciellt betydelsen av varumärkesinnovation och beteendeinnovation. Studenterna ska utveckla en förståelse för vad en tjänsteinnovation är, och hur en organisation kan undersöka kundbeteende genom proaktiva metoder för marknadsundersökningar. Vi presenterar, diskuterar och testar marknadsundersökningar som observation, experiment och eye-tracking. Kursen integrerar teori, case och projektarbete för att utveckla en förståelse för kunders beteenden och hur denna kunskap kan användas för att fatta affärsbeslut relaterade till innovation, marknadsföring och försäljning.

## Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen består av föreläsningar, fallstudier, metodologiska workshops, projektarbete och seminarier.

Utöver detta ska den studerande utöva självstudier.

Undervisnings- och examinationsspråk: engelska.

## Examination

Kursen examineras genom

- skriftlig projektrapport, betygsskala: UG
- skriftliga caserapporter, betygsskala: UG
- skriftliga individuella uppgifter, betygsskala UG
- aktivt deltagande i seminarier, betygsskala: UG

Varje delmoment ger ett antal poäng och dessa räknas samman. För att få betyget G krävs att alla delmoment är godkända samt att minst 60% av möjliga poäng från de sammanräknade delmomenten uppnåtts. För att få betyget VG krävs att alla delar är godkända samt att minst 80% av möjliga poäng från de sammanräknade delmomenten uppnåtts.

Detaljerad information återfinns i studiehandledningen.

Om det finns särskilda skäl, och om det med hänsyn till det obligatoriska momentets karaktär är möjligt, får examinator besluta att ersätta det obligatoriska momentet med en annan likvärdig uppgift.

Om LiU: s koordinator för studenter med funktionsnedsättning har beviljat en student rätt till anpassad examination vid salstentamen har studenten rätt till det.

Om koordinatören har gett studenten en rekommendation om anpassad examination eller alternativ examinationsform, får examinator besluta om detta om examinator bedömer det möjligt utifrån kursens mål.

Examinator får också besluta om anpassad examination eller alternativ examinationsform om examinator bedömer att det finns synnerliga skäl och examinator bedömer det möjligt utifrån kursens mål.

Studerande, vars examination underkänts två gånger på kursen eller del av kursen, har rätt att begära en annan examinator vid förnyat examinationstillfälle.

Den som godkänts i prov får ej delta i förnyat prov för högre betyg.

## Betygsskala

ECTS, EC

## Övrig information

Planering och genomförande av kurs ska utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ska ingå i varje kurs ska därför behandla frågan om hur kursen överensstämmer med kursplanen.

Kursen bedrivs på ett sådant sätt att likvärdiga villkor råder med avseende på kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.

Om det föreligger synnerliga skäl får rektor i särskilt beslut ange förutsättningarna för, och delegera rätten att besluta om, tillfälliga avsteg från denna kursplan.