

Företagsekonomi 3 mot marknadsföring, fördjupningskurs

Fristående- och programkurs

30 hp

Business Administration 3 -Marketing

722G04

Gäller från:

Fastställd av

Fastställandedatum

2008-04-16

Huvudområde

Företagsekonomi

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G2X

Förkunskapskrav

Godkänd Företagsekonomi 1, 20 p (30 hp) samt genomgången Företagsekonomi 2 med minst 15 p (22,5 hp) godkända.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

- uppvisa fördjupade kunskaper avseende företagsekonomiska modeller och företagsekonomisk teoribildning
- tillämpa den inhämtade kunskapen på aktuella problem
- kritiskt analysera ekonomiska förhållanden och utvecklingstendenser
- självständigt planera och genomföra ett vetenskapligt arbete.

Kursinnehåll

Strategier och marknadsföring i tjänsteföretag, 7.5 hp.

Den studerande skall förvärva kunskaper om teorier och begrepp för en fördjupad förståelse om marknadsföring av tjänster. Dessutom skall den studerande erhålla ökad insikt om val av strategier för effektiv marknadsföring av tjänster.

Det specifika i marknadsföringsstrategier och marknadsföringssynsätt som kännetecknar tjänsteföretagen utgör ramen för kursen. Tyngdpunkten ligger på frågor om arbete med produktion och management i tjänsteföretag. Såväl servicekvalitetens innehåll som kundrelationens påverkan på lönsamheten diskuteras i kursen. I detta sammanhang lyfts även de anställdas roll fram.

Internationell marknadsföring, 7.5 hp.

Den studerande skall förvärva kunskaper om och insikt i strategi-, organisations- och planeringsproblem för internationellt verksamma företag. Vidare skall den studerande förvärva förståelse för sambandet mellan företagandets internationalisering och omgivningens ekonomiska och sociala struktur och förvärva kunskaper om de marknadsföringsproblem som möter svenska företag utomlands.

Kursens fokus ligger på företagets internationaliseringsprocess, där frågor om exportdiagnos, marknadsetablering och marknadsbearbetning är viktiga områden som ett företag ställs inför i en inledande internationaliseringsfas. Globaliseringen av ekonomi och handel belyses, såväl som internationella investeringar, finansierings- och valutaproblem. Multinationella företag och internationella företags organisationsstruktur behandlas i kursen. Slutligen utgör affärskultur/interkulturell kommunikation ett viktigt moment i kursen.

Uppsatsarbete, 15 hp.

Företagsekonomi 3 avslutas med ett uppsatsarbete. Detta omfattar dels ett självständigt läsmoment, dels ett uppsatsarbete. Inriktningen på läsmomentet kommer att anpassas efter inriktningen av uppsatsen.

Uppsatsen syftar till att den studerande skall vidareutveckla sin förmåga att med ämnesmässig, vetenskapsteoretisk och metodisk fördjupning som utgångspunkt, självständigt formulera, bearbeta och analysera/tolka en för ämnesområdet relevant frågeställning.

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen sker genom föreläsningar och seminarieövningar. Utöver detta ska den studerande utöva självstudier.

Examination

Examination av de två första delkurserna sker i form av tentamen i slutet av varje avsnitt eller i form av projektarbeten inom ramen för undervisningen eller i båda dessa former. Uppsatsen framläggs och försvaras vid ett seminarium. I examinationen ingår även opposition på annan uppsats samt aktivt deltagande i hela seminarierien.

Betygsskala

Tregradig skala, U, G, VG

Övrig information

Planering och genomförande av kurs skall utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som skall ingå i varje kurs skall därför behandla frågan om hur kursen överensstämmer med kursplanen. Kursen bedrivs på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling