

# Marknadsföring och distribution

Fristående- och programkurs

7.5 hp

Marketing and Distribution

722G34

Gäller från:

**Fastställd av**

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

**Fastställandedatum**

2008-04-16

## Huvudområde

Företagsekonomi

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Fördjupningsnivå

G2X

## Kursen ges för

- Civilekonomprogrammet

## Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs förutom grundläggande behörighet ShA och MaC samt 52,5 hp godkända i företagsekonomi eller motsvarande.

## Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

- klassificera, bedöma och värdera olika typer av marknadsföringslitteratur
- identifiera och analysera problem relaterade till marknadsföringsfrågor i olika typer av organisationer
- tillämpa olika marknadsföringsperspektiv, och då särskilt distribution, varumärkesutveckling och marknadskommunikation
- beskriva utvecklingen av distributionsteori samt relatera denna till förhållanden i konsumentmarknader
- definiera, tillämpa och värdera viktiga begrepp inom områdena distribution, varumärkesutveckling och marknadskommunikation
- ingående analysera effekterna av olika åtgärder inom distribution, varumärkesutveckling och marknadskommunikation
- värdera samspelet mellan distribution, varumärkesstrategi och marknadskommunikation.

## Kursinnehåll

Kursen behandlar teorier kring distribution, varumärken och marknadskommunikation för varor och tjänster på konsumentmarknader. I viss mån är synsättet även tillämpligt för industriella marknader.

Under kursen sker en fördjupning av grundläggande kunskaper om segmentering, målgruppsanalys och demografi, som tillämpas i utvecklingen av distribution, varumärken och marknadskommunikation.

I innehållet integreras de ovan nämnda områdena för att studenten skall kunna utveckla sin förmåga att utveckla konkurrenskraftiga distributionssystem för olika marknadsförhållanden och kundgrupper.

Under kursens gång behandlas aktuella forskningsrön kopplade till de ovan nämnda områdena.

## Undervisnings- och arbetsformer

Kursen består av ett antal föreläsningar som behandlar huvuddragen i de teorifält som behandlas i kursen. Föreläsningarna skall bidra till att studenten kan strukturera kursinnehållet och få exempel från marknadsföringens praktik. Den studerande får vidare undervisning i form av ett antal seminarier, där studenten skall vara aktiv och på anmodan inlämna skriftliga lösningsförslag. Under seminarierna diskuteras uppgifter och problem som den studerande förutsätts förbereda i förväg, enskilt eller i grupp.

## Examination

Kursen examineras dels med en skriftlig individuell tentamen samt seminarieuppgifter vilka avrapporteras muntligt och skriftligt.

## Betygsskala

,

## 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