

Marknadsföring

Fristående- och programkurs

7 hp

Marketing

722G86

Gäller från: 2010 HT

Fastställd av

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

Fastställandedatum

2009-11-20

Huvudområde

Företagsekonomi

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G1X

Kursen ges för

- Civilekonomprogrammet, internationellt - Franska
- Civilekonomprogrammet, internationellt - Spanska
- Civilekonomprogrammet, internationellt - Tyska

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt de särskilda förkunskaper som krävs för tillträde till internationella civilekonomprogrammet.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- välja och motivera perspektiv, modeller och begrepp samt använda dessa för att beskriva och analysera olika marknadsföringssituationer
- göra en mindre marknadsplan för företag eller organisation baserad på en analys av ett marknadsföringsproblem
- kritiskt värdera marknadsföringens roll i samhället
- kommunicera resultatet av sitt lärande inom kursens områden såväl muntligt som skriftligt

Kursinnehåll

Kursen behandlar grundläggande frågor kring marknadsföring, främst på konsumentmarknader, och diskuterar olika synsätt vid marknadsföring av varor och tjänster. Kursen tar upp såväl konkurrensmedelssynsätt som modernare relationsperspektiv i marknadsföring. Området studeras främst ur företagets perspektiv, men aspekter på marknadsföring ur ett samhälls- och konsumentperspektiv behandlas också.

Undervisnings- och arbetsformer

Föreläsningar med avsikt att presentera helheter och strukturer. Seminarier för analys och diskussion av praktikfall. Projektarbete gruppvis, vilket redovisas skriftligt och muntligt. Kursen eller delar av kursen och examinationen kan komma att ske på engelska.

Examination

Examination och uppföljning av studentens lärande sker genom deltagande i seminarier, skriftligt prov, projektarbete och reflektion över eget lärande.

Studera, 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

Tregradig skala, U, G, VG

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 både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling