

Marknadsföring

Fristående- och programkurs

7 hp

Marketing

722G93

Gäller från:

Fastställd av

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

Fastställandedatum

2009-01-20

Huvudområde

Företagsekonomi

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G1X

Kursen ges för

- Civilekonomprogrammet

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs grundläggande behörighet samt att de särskilda behörighetsregler som gäller för Civilekonomprogrammet är uppfyllda.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- redogöra för marknadsföringstänkande ur ett brett perspektiv samt tillämpa centrala begrepp och modeller inom marknadsföring
- förklara och analysera organisationers situationer utifrån ett marknadsföringsperspektiv

Kursinnehåll

Under kursens gång studeras marknadsföring på konsument- och producentvarumarknader med utgångspunkt i de sk konkurrensmedels-, interaktions- och nätverkssynsätten. Marknadsföring studeras i huvudsak ur ett företagsekonomiskt perspektiv, men även aspekter utifrån ett samhälls- och konsumentperspektiv används. Framför allt kommer ett strategiskt övergripande perspektiv på marknadsföring att studeras med inblickar i frågor som berör t ex kommunikation, reklam, köpbeteende, sortiment mm. Ett viktigt inslag i kursen anses vara att fånga upp nutida strömningar inom ämnet, vilket bl a innebär att den studerande skall möta samtida forskning inom området.

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen består av föreläsningar och case samt handledning och seminarier i anslutning till projektet. Kursen eller delar av kursen och examinationen kan komma att ske på engelska.

Examination

Kursen examineras genom individuell mindre skriftlig tentamen samt projektarbete, varför deltagande i handledning och seminarier är obligatoriska. Dessutom kan det tillkomma en eller flera inlämningsuppgifter.

Studering, 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 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