Internationell marknadsföring

International Marketing
7.5 hp

Programkurs

772G23

Gäller från: 2027 VT

Fastställd av	**Huvudområde**	
Filosofiska fakultetens nämnd för kurs- och utbildningsplaner	Företagsekonomi	
Fastställandedatum	**Utbildningsnivå**	**Fördjupningsnivå**
2025-06-11	Grundnivå	G1N
Reviderad av	**Utbildningsområde**	
Ordförande i Filosofiska fakultetens nämnd för kurs- och utbildningsplaner	Samhällsvetenskapliga området	
Revideringsdatum	**Ämnesgrupp**	
2026-10-12	Företagsekonomi	
Gavs första gången	**Gavs sista gången**	
VT 2027		
Institution	**Ersätts av**	
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling		

Kursen ges för

- Internationella civilekonomprogrammet

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet på grundnivå samt Samhällskunskap 1b eller 1a1 och 1a2 samt Engelska 6 samt Matematik 3b/3c eller Matematik C.

Alternativt

Grundläggande behörighet på grundnivå samt Samhällskunskap nivå 1b eller nivå 1a1 och 1a2 samt Engelska nivå 2 samt Matematik fortsättning nivå 1b eller Matematik fortsättning nivå 1c.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

- redogöra för olika företagsstrategier kopplade till marknadsföring
- tillämpa centrala begrepp och modeller inom marknadsföring
- integrera kunskap och hantera information för att utveckla företagsstrategier för att lansera varor och tjänster på en internationell marknad
- redogöra för hur en organisations verksamhet kan marknadsföras i en internationell kontext genom att ta hänsyn till ett företags politiska, ekonomiska, kulturella och teknologiska omgivning
- identifiera, strukturera, analysera och kommunicera information som är nödvändig för att skapa en marknadsplan för olika marknader
- förklara hur mål om ökad hållbarhet kan påverka samtida praxis inom marknadsföring i en internationell kontext

Kursinnehåll

I kursen behandlas marknadsföring på konsument- och producentvarumarknader i en internationell kontext med utgångspunkt i konkurrensmedels-, interaktions- och nätverkssynsätten. Marknadsföring studeras i huvudsak ur ett företagsekonomiskt perspektiv, men även aspekter utifrån ett samhälls- och konsumentperspektiv används. Fokus ligger på ett strategiskt perspektiv på marknadsföring med inblickar i frågor som berör t. ex. varumärke, kommunikation, reklam och konsumentbeteende. Ett viktigt inslag i kursen är att fånga upp nutida strömningar inom internationell marknadsföring, vilket innefattar hur digitalisering och hållbarhet påverkar marknadsföringsområdet i en internationell kontext.

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen består av föreläsningar, case, handledning och seminarier.

Utöver detta ska den studerande utöva självstudier.

Examination

Kursen examineras genom:

- individuell skriftlig tentamen, betygsskala: UV
- projektarbete i grupp, betygsskala: UG
- aktivt deltagande i handledning och seminarier, betygsskala: UG

För Godkänt slutbetyg krävs Godkänt på samtliga moment. För Väl godkänt krävs dessutom Väl godkänt på den individuella skriftliga tentamen.

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 koordinatorn 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

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 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.

Om undervisnings- och examinationsspråk:

Undervisningsspråk visas på respektive kurstillfälle på fliken "Översikt". Examinationsspråk relaterar till undervisningsspråk enligt nedan:

- Om undervisningsspråk är ”Svenska” kan kursen ges i sin helhet på svenska eller helt eller delvis på engelska. Examinationsspråk är svenska, men delar av examinationen kan ske på engelska.
- Om undervisningsspråk är ”Engelska” ges kursen i sin helhet på engelska. Examinationsspråk är engelska.
- Om undervisningsspråk är ”Svenska/Engelska” ges kursen i sin helhet på engelska om studenter utan tidigare kunskap i svenska språket deltar. Examinationsspråk följer undervisningsspråk.