Marknadskommunikation och analys

Market Communication and Analysis
6 hp

Programkurs

TEAE14

Gäller från: 2027 VT

Fastställd av	**Huvudområde**	
Programnämnden för data- och medieteknik, DM	Grafisk design och kommunikation	
Fastställandedatum	**Utbildningsnivå**	**Fördjupningsnivå**
2026-08-26	Grundnivå	G1F
Reviderad av	**Utbildningsområde**	
	Samhällsvetenskapliga området	
Revideringsdatum	**Ämnesgrupp**	
	Företagsekonomi	
Gavs första gången	**Gavs sista gången**	
VT 2018		
Institution	**Ersätts av**	
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling		

Särskild information

Kan ej ingå i examen tillsammans med TEIE56.

Kursen ges för

- Kandidatprogram i flygtransport och logistik
- Kandidatprogram i samhällets logistik
- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation

Rekommenderade förkunskaper

Användarupplevelse och interaktionsdesign

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- Förklara och tillämpa centrala modeller inom marknadsföring och marknadskommunikation
- Analysera företags erbjudande, deras marknadskommunikation och deras omvärld ur ett marknadsföringsperspektiv
- Tillämpa grundläggande färdigheter i att skriva vetenskaplig rapport inom marknadsföringsområdet
- Muntligt och skriftligt kommunicera marknadsföringsorienterade analyser och resonemang

Kursinnehåll

Det centrala i kursen är hur ett företag eller en organisation skall agera mot och kommunicera med marknaden. Innehållet omfattar bland annat: att förstå vad ett erbjudande är och hur marknadskommunikation kan se ut, hur företagets omvärld påverkar deras erbjudande och marknadskommunikation, val av kundsegment att rikta ett erbjudande mot och analys av vilka kundsegment befintliga företag riktar sig mot, hur kunders köpbeteende påverkar utformningen av erbjudandet och marknadskommunikationen, samt hur företags marknadsföring kan förstås ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbarhetsperspektiv.

Undervisnings- och arbetsformer

Kursen har det genomgående temat marknadsplanering med inriktning mot marknadskommunikation. Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och ett handlett projektarbete som görs i grupp och går ut på att analysera ett företags eller varumärkes marknadskommunikation. Projektarbetet och seminarierna utgör en del av examinationen. Examination sker även genom ett antal individuella uppgifter/duggor under kursens gång.

Examination

TEN1	Skriftlig tentamen	4 hp	U, 3, 4, 5
PRA2	Projektuppgift och seminarier som genomförs i grupp	2 hp	U, G

Betyg på delmoment/modul beslutas i enlighet med de bedömningskriterier som presenteras vid kursstart.

Betygsskala

Fyrgradig skala, LiU, U, 3, 4, 5

Övrig information

Påbyggnadskurser

Varumärke och värdeskapande

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 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.

Övrigt

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.

Planering och genomförande av kurs skall utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ingår i kursen skall därför genomföras med kursplanen som utgångspunkt.

Kursen är campusförlagd på den ort som anges för kurstillfället om inget annat anges under ”Undervisnings – och arbetsformer”. I en campusförlagd kurs kan dock enstaka moment på distans ingå.