

# Marknadsmedvetenhet i internationell medieöverskridande design och produktion

Programkurs

6 hp

Market Awareness in International Crossmedia

Design and Production

TEAE16

Gäller från: 2020 VT

**Fastställd av**

Programnämnden för data- och  
medieteknik, DM

**Fastställandedatum**

2019-09-23

## Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Fördjupningsnivå

G2X

## Kursen ges för

- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation

## Särskild information

Ska kunna samläsas på distans med studenter från andra universitet.

## Förkunskapskrav

OBS! Tillträdeskrav för icke programstudenter omfattar vanligen också tillträdeskrav för programmet och ev. tröskelkrav för progression inom programmet, eller motsvarande.

## Rekommenderade förkunskaper

Grunder i marknadskommunikation och analys, varumärkest teori, gruppdynamik, agil projektmetodik, projektledning och färdigheter i vetenskapligt skrivande inom managementområdet.

## Lärandemål

Efter genomförd kurs ska studenten:

- ha grundläggande kunskap om och kunna beskriva hur företag internationaliseras
- beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller rörande hur medvetenhet om marknader erhålls
- beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller som förklarar kulturella skillnader och hur de påverkar kommunikation
- analysera en klient, en klients tänkta kunder, klientens konkurrenter, kulturella skillnader och kommunikationsalternativ för att fastställa klientens kommunikationsbehov vid inträde på en internationell marknad
- avrapportera en sådan analys i en vetenskaplig rapport med intern och begreppsmässig validitet, utförd med deduktiv analys där rekommendationerna fokuserar på att övertyga om lämpligheten i den föreslagna kommunikationsstrategin.
- kunna tillämpa grundläggande planeringsverktyg i ett internationellt samarbete

## Kursinnehåll

Internationalisering av företag

Marknadsanalys av kommunikationsbehov vid internationalisering

Grunder i vetenskaplig metod

Analys av klients kommunikationsbehov vid internationalisering

Vetenskapligt skrivande (managementområdet).

## Undervisnings- och arbetsformer

Miniföreläsningar (och/eller podcasts), länkar till webbaserat material och obligatorisk läsning som seminarieförberedelse

(Online) seminarier för teoridiskussion

(Multinationell) gruppuppgift för att fastställa kommunikationsbehoven för en klient som avser gå in på utländsk marknad som avrapporteras i en vetenskapligt grundad rapport

(Online) handledning

## Examination

PRA1	Projektuppgift	4 hp	U, G
KTR1	Kontrollskrivning, litteratur	2 hp	U, 3, 4, 5

Inlämning av examinationsuppgiften för PRA1 efter angivet datum medför med automatik U för PRA1 om inte ett av examinator godtagbart skäl tillställs examinator i skrift senast inlämningsdatumet.

Kursens slutbetyg baseras på betyget på KTR1.

## Betygsskala

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

## Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

## Studierektor eller motsvarande

Johan Holtström

## Examinator

Christina Grundström

## Undervisningstid

Preliminär schemalagd tid: 40 h

Rekommenderad självstudietid: 120 h

## Kurslitteratur

### Övrigt

Lista med rekommenderad och obligatorisk litteratur inom följande områden:

- marknadsanalys/business intelligence
- varumärkesledning i en internationell kontext
- internationalisering
- kultur i samband med marknadskommunikation
- integrerad marknadskommunikation (IMK)
- metod