

Marknadsmedvetenhet i internationell medieöverskridande design och produktion

Programkurs

6 hp

Market Awareness in International Crossmedia

Design and Production

TEAE16

Gäller från: 2021 VT

Fastställd av

Programnämnden för data- och
medieteknik, DM

Fastställandedatum

2020-09-29

Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G2X

Kursen ges för

- Kandidatprogram i grafisk design och kommunikation

Särskild information

Kursen gavs sista gången 2021. Kursen är ersatt av TEAE19.

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
- kunna beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller rörande hur medvetenhet om marknader erhålls
- kunna beskriva och tillämpa grundläggande teorier och modeller som förklarar kulturella skillnader och hur de påverkar kommunikation
- kunna analysera en klient, en klients tänkta kunder, klientens konkurrenter, kulturella skillnader och kommunikationsalternativ för att fastställa klientens kommunikationsbehov vid inträde på en internationell marknad
- kunna dokumentera en sådan analys i en vetenskaplig rapport med intern, begreppsmässig och extern validitet, utförd med deduktiv analys där rekommendationerna fokuserar på att övertyga om lämpligheten i den föreslagna kommunikationsstrategin
- kunna avrapportera den dokumenterade analysen till klienten med hänsyn tagen till yrkesmässig och vetenskaplig etik inom managementområdet
- 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 dokumenteras i en vetenskapligt grundad rapport och återkopplas till klienten

(Online) handledning

Examination

PRA1	Projektuppgift	4 hp	U, G
DIK1	Digital kontrollskrivning i sal	2 hp	U, 3, 4, 5

Kursen innehåller seminarier med obligatorisk, aktiv närvaro och moment som måste vara fullgjorda för att delta i påföljande obligatoriska seminarier.

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 DIK1.

Betygsskala

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

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

Studierektor eller motsvarande

Daniel Ellström

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