

# Marknadskommunikation

Programkurs

6 hp

Market Communication

TEIE56

Gäller från: 2017 VT

**Fastställd av**

Programnämnden för data- och  
medieteknik, DM

**Fastställandedatum**

2017-01-25

## Huvudområde

Grafisk design och kommunikation

## Utbildningsnivå

Grundnivå

## Fördjupningsnivå

G1X

## Kursen ges för

- Grafisk design och kommunikation, kandidatprogram
- Flygtransport och logistik, kandidatprogram
- Samhällets logistik, kandidatprogram

## Rekommenderade förkunskaper

Företagsekonomisk grundkurs

## Lärandemål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- beskriva och förklara centrala begrepp inom massmarknadsföring, industriell marknadsföring och tjänstemarknadsföring med speciellt fokus på marknadskommunikation och omvärldsanalys
- analysera företag, dess produkter/tjänster, och dess omvärld ur marknadsföringsperspektiv
- göra en marknadsanalys och förklara hur man går tillväga
- kommunicera marknadsföringsorienterade analyser och resonemang

## Kursinnehåll

Det centrala i kursen är hur ett företag eller en organisation skall agera mot och kommunicera med marknaden genom bl a en marknadsplan. Innehållet omfattar bland annat: hur marknaden inklusive dess omvärld ser ut, vilka faktorer som påverkar den och hur den kan utvärderas, vilken marknad företaget eller organisationen ska fokusera på och vad marknaden ska erbjudas, hur detta erbjudande bör utformas inklusive varumärkesstrategier, samt kundernas köpbeteende. Viss tyngd ligger vid hur erbjudandet kommuniceras med marknaden, hur det når kunden och hur information om och från marknaden ska värderas. Hur ett företag eller en organisation agerar skiljer sig åt beroende på köpsituation och om köpet gäller konsumentvaror, producentvaror eller tjänster i olika marknadsmiljöer.

## Undervisnings- och arbetsformer

Kursen har en problemlösningsinriktad och praktisk prägel med det genomgående temat marknadsplanering med undertema marknadskommunikation.

Undervisningen sker i form av föreläsningar, casearbete och ett handlett projektarbete som går ut på att utarbeta en marknadsplan. Projektarbetet utgör en del av examinationen. Examination sker även genom duggor under kursens gång.

## Examination

UPG1 Muntlig och skriftlig examination under kursens gång	3 hp U, 3, 4, 5
PRA2 Projektuppgift som genomförs i grupp	3 hp U, 3, 4, 5

UPG1 ges i form av ett antal duggor under kursens gång.

## Betygsskala

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

## Övrig information

Kursen bedrivs på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

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

## Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

## Studierektor eller motsvarande

Johan Holtström

## Examinator

Thomas Rosenfall

## Kurshemsida och andra länkar

<http://www.iei.liu.se/indek/utbildning/industriell-ekonomi/teie56?l=sv>

## Undervisningstid

Preliminär schemalagd tid: 48 h

Rekommenderad självstudietid: 112 h

## Kurslitteratur

Parment, A. (2014) Marknadsföring, Studentlitteratur, Lund. ISBN (10):  
9144094493, ISBN(13): 9789144094496 Artiklar och OH-material från webben.