



KURSPLAN

Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Principles of Marketing, 7,5 credits

Kurskod:	JMFB17	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	Council for Undergraduate and Masters Education 2007-06-15	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Gäller fr.o.m.:	2010-06-01	Ämnesgrupp:	FE1
Version:	1	Fördjupning:	G1F
		Huvudområde:	Företagsekonomi

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

Kunskap och förståelse

1. Förklara vad marknadsföring innebär i praktiken, inkluderat att marknadsföringsprocessen innefattar hela företaget.

Färdighet och förmåga

1. Analysera marknadsföringsproblem från ett affärsmässigt perspektiv och baserat på den analysen ta fram en handlingsplan, tillämpa relevanta begrepp och modeller, och lösa marknadsföringsproblem. Studenten kan också konceptualisera ett erbjudandefrån företagets perspektiv och tillämpa ett kundperspektiv på erbjudandet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

1. Utvärdera erbjudanden från såväl kundens som företagets perspektiv.

Innehåll

Syftet med kursen är att ge studenten grundläggande kunskaper i marknadsföring som en tvärfunktionell process och hur marknadsföringsbegrepp och verktyg kan tillämpas i praktiken.

Studenten ges kunskap om det språkbruk som används i marknadsföringen.

Viktiga moment i kursen är: marknadsföringsprocessen, tvärfunktionell marknadsföring, behov och användning av marknadsföringsinformation i marknadsföringen, marknadsföring i teori och praktik, marknadsföring och etik samt marknadsföring till kritiska kunder.

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar och seminarier. Problembaserat lärande betonas. Studenten förutsätts ta eget ansvar för självstudier och projektarbeten.

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet.

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Betyget översätts till ECTS betygsskala (A, B, C, D, E, Fx eller F).

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Examination	7.5 hp	U/G/VG

Kursvärdering

Vid kursens början försäkras sig kursansvarig om att kursutvecklare finns/väljs bland studenterna. Kursutvärdering genomföres kontinuerligt och i slutet av kursen. Efter avslutad kurs träffas kursutvecklare och kursansvarig för diskussion kring kursutvärderingen och möjliga förbättringar. Resultatet rapporteras bl.a. till utbildningschef, grundutbildningsråd och IHH:s styrelse. Kursansvarig skall vid nästa kursstart redogöra för resultat och konsekvenser av utvärderingen från föregående kurs.

Kurslitteratur

Obligatorisk litteratur

Kotler, Armstrong, Saunders & Wrong. Principles of Marketing: The European Edition (latest European ed.) Prentice Hall. ISBN 978-0-273-71156-8

Artiklar och annat material som delas ut av föreläsare