



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE405 Företagsekonomi I - Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng
Business Administration I – Marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

GIN

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-06-14

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

Förväntade studieresultat

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- redogöra för och analysera grundläggande teori inom konsumentrelaterad marknadsföring
- identifiera och diskutera de skilda faserna i en organisations marknadsföringsprocess
- redogöra för och diskutera tjänstemarknadsföringens begrepp och modeller, liksom betydelsen av relationshantering inom marknadsföring
- beskriva och klarlägga skillnader mellan konsumentrelaterad marknadsföring och industriell marknadsföring, "Business-to-Business"
- beskriva och diskutera grundläggande frågeställningar inom svensk marknadsrättslig lagstiftning och marknadsetik.

Innehåll

- Marknadsanalys, planering och strategi
- Marknadsmix och konkurrensmedel, såsom produkt- och tjänsteerbjudande, pris, marknadskommunikation, distribution, varumärke och image - primärt med fokus på konsumentsektorn
- Industriell marknadsföring, "Business-to-Business", relationer och nätverk

- Kunden - beteende, målgrupper, relationer och värdeskapande
- Service management - servicelogik och marknadsföring av tjänster
- Svensk marknadsrättslig lagstiftning och marknadsetiska frågeställningar

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Deltagandet i och förberedelser inför vissa, i kursinformation angivna, kursmoment är obligatoriska. Under kursen integreras teori och praktik aktivt. Detta görs bland annat genom interaktion med företag eller andra organisationer. Studenterna introduceras i det traditionella akademiska arbetssättet med muntlig och skriftlig framställning av eget material, opposition och seminarieverksamhet.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examinationen sker genom enskilda skriftliga tentamina och genom i grupp författade rapporter, så som angivet i kursinformation. I examinationen ingår att genomföra muntlig framställan inför grupp på ett professionellt sätt. Ett aktivt deltagande under obligatoriska seminarier förutsätts också för godkänt resultat. För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår. För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M. & Brennan, R. Marketing: an Introduction. Harlow: Financial Times/Prentice Hall. Ca 600 s. Senaste upplagan

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Urval av 621 s. Senaste upplagan

Grönroos, C. Marknadsföring i tjänsteföretaget. Malmö: Liber Ekonomi. 100 s. Senaste upplagan

Svensson, C. A. Den svenska marknadsföringslagstiftningen. Lund: Studentlitteratur. 130 s. Senaste upplagan

Övriga läromedel:

Kurshandledning

Artiklar 300 s.