



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE406 Företagsekonomi I - Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Business Administration I - Marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-10-29

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2015

Förkunskaper

Grundläggande behörighet.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas 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 förklara skillnader mellan konsumentrelaterad marknadsföring och industriell marknadsföring, "Business-to-Business"
- redogöra för och diskutera hållbar marknadsföring och socialt ansvarstagande på globala marknader
- beskriva och diskutera grundläggande frågeställningar inom svensk marknadsrättslig lagstiftning och marknadsetik
- identifiera problem, söka, värdera och tolka information, strukturera analys av marknadsföringsrelaterade frågeställningar samt förmedla detta i muntliga presentationer och skriftlig rapportering

Innehåll

Kursen innehåller:

- 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
- hållbar marknadsföring och socialt ansvarstagande på globala marknader
- fältstudie; problemlösning och formulering, datainsamling och analys av marknadsföringsrelaterade frågeställningar

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Deltagandet i och förberedelser inför vissa, i kursinformation angivna, kursmoment är obligatoriska. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examinationen sker genom enskilda skriftliga tentamen och genom i grupp författade rapporter, så som angivet i kursinformation. I examinationen ingår att genomföra muntlig framställan inför grupp. Ett aktivt deltagande under obligatoriska seminarier förutsätts också för godkänt resultat.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

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

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet. Överlappar kurserna: 1FE405, 1FE926, 1FE505
Företagsekonomi I - marknadsföring, 7,5 hp. Samt 1FE760 marknadsföring, 7,5 hp.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

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

Kotler, P., Armstrong, G. & Patten, A. *Principles of Marketing Swedish Edition*. Harlow: Pearson Education Ltd. Senaste upplagan. Ca. 500 sidor.

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

Vetenskapliga artiklar, 100 sidor.