



Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE901 Grundläggande marknadsföring, 7,5 högskolepoäng
Marketing Introduction, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-17

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Matematik A, Samhällskunskap A.

Förväntade studieresultat

Efter fullgjord kurs förväntas studenten:
ha breda kunskaper om

- värden, erbjudanden, affärer och marknader, från ett utifrån-in-perspektiv och dess interaktion med ett inifrån-och-ut-perspektiv, från det lokala till det globala

ha färdigheter

- i värdeanalys och grundläggande prissättning
- i elementen i en marknadsplan
- i utformandet av erbjudanden som en marknadsföringsmix

förstå

- konsumenten som bas för affärer
- behov, värden, erbjudanden och utbytet av värde och pris

Innehåll

- Definition av värde, värdeanalys

- Konsumtion av värden och tillfredsställelse
- Konsumentbeteende
- Vad konsumenten konsumerar: erbjudandena: produkter, tjänster och upplevelser
- Företagande som erbjudande av värden
- Prissättning: Förstå och fånga kundvärde
- Relationer som en konsekvens av utbytet av värden
- Konsumenter och företag som aktörer på marknaden
- Företagandet som skapandet av förväntningar på sina erbjudanden:
Varumärkning, kommunikation och försäljning
- Masskommunikation, segmentering och personalisering
- Skapandet av värden, i företaget, med andra företag och med konsumenterna

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar och seminarier med ”öppna” case. Undervisningen är nätbaserad.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Skriftlig examination, paper

Omtentamen för studerande som ej nått godkänt resultat sker några veckor efter första tentamenstillfället. Minst 5 tentamenstillfällen ges.

Betygssättning sker med något av betygen Väl Godkänd (80%-100%), Godkänd (60%-79%) eller Underkänd (0%-59%).

Student vid Linnéuniversitetet har rätt att få sitt betyg för kurs översatt till den sju-gradiga ECTS-skalan. För att få sitt betyg översatt ska studenten lämna en begäran om detta till läraren vid kursstart.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Kotler & Armstrong. *Marketing. An introduction*. Pearson, latest edition, 550 sid

Schäder, G. *Prissättning*. Bonnier, senaste upplagan, 200 sid

Bengtsson, A & Östberg, J. *Märken och människor, Studentlitteratur*. senaste upplagan, 145 sid

Ekonomihögskolan, Artikelkompendium, 300 sid