



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för nationalekonomi och statistik

INA051 Macroeconomics and Sustainability with Marketing Perspectives, 7,5 högskolepoäng

Macroeconomics and Sustainability with Marketing Perspectives, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi, Nationalekonomi

Ämnesgrupp

Nationalekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-05-13

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

Förkunskaper

45 hp godkända på Marknadsföringsprogrammet samt Engelska B/Engelska 6.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för teorier och begrepp inom hållbar marknadsföring
- visa hur varje del av marknadsmixen kan anpassas för att genomföra en hållbar marknadsstrategi i det större sammanhanget av ett företags affärsstrategi
- beskriva hållbar utvecklings tvärvetenskapliga och eklektiska karaktär särskilt när det gäller marknadsföring och nationalekonomi
- redogöra för nationalekonomiska teorier och begrepp relaterat hållbar utveckling
- definiera och förklara grundläggande makroekonomiska begrepp som bruttonationalprodukt, inflation, arbetslöshet, tillväxt och extern balans
- definiera och förklara finanspolitik samt kunna redogöra för, grafiskt och verbalt, funktionen hos finanspolitiken
- definiera och förklara penningväsendet samt redogöra för dess funktion i samhället
- redogöra för, verbalt och grafiskt, penningpolitikens funktion i samhället
- definiera och förklara valutamarknadens funktion samt redogöra för dess effekter i ekonomin
- redogöra för ekonomiska drivkrafter bakom internationell handel och effekter av internationell handel inom ett samhälle

Innehåll

Kursen innehåller:

- introduktion till de viktigaste begreppen inom hållbar marknadsföring och hållbar utveckling som bygger på miljöintegritet, ekonomiskt välbefinnande och socialt ansvar
- hållbara marknadsföringsnormer och strategier
- hållbar marknadsmix och möjligheter
- introduktion till hållbart konsumentbeteende
- begreppet hållbar utveckling och dess koppling till tillväxt, externa effekter och kollektiva varor
- introduktion till grundläggande makroekonomiska begrepp
- definitioner av makroekonomiska samband
- aggregerad efterfrågan och aggregerat utbud
- finanspolitik
- avvägning inflation och arbetslöshet
- penningmarknader och penningpolitik
- växelkurspolitik
- grundläggande handelsteori

Hela kursen motsvarar:
Nationalekonomi, 5 hp
Företagsekonomi, 2,5 hp

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, övningar och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.
Bedömning av studentens prestationer sker i form av skriftlig tentamina och skriftliga rapporter och muntliga presentationer. Aktivt deltagande vid seminarier krävs 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 kurs-/delkursstart, 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. Kursen överlappar 1NA103 med 7,5 hp och 1NA101 med 5 hp.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Begg, D. & Ward, D. *Economics for Business*. McGraw-Hill. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.

Belz, F. M. & Peattie, K. *Sustainability Marketing: A global perspective*. Chichester: Wiley. Senaste upplagan. Ca 270 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Ca 300 sidor.