



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

2FE021 International Marketing, 7,5 högskolepoäng
International Marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-11-30

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

för att bli antagen till kursen skall studenten ha minst 105 högskolepoäng, varav minst ett år, motsvarande 60 högskolepoäng i företagsekonomi, inklusive grundläggande kurser i marknadsföring (7,5 högskolepoäng).

Förväntade studieresultat

Efter fullgjord kurs förväntas studenten:

ha breda kunskaper om

- Kulturens betydelse i internationella affärer
- Handelsmönster och större ekonomiska regioners karaktäristika

ha färdigheter i

- Internationella marknadsundersökningsmetoder
- Grundläggande metoder för analys av marknadsmiljöns inverkan på affärer
- Element i strategisk planering av internationalisering
- Element i en marknadsmix för export eller global marknadsföring: produkter, prissättning, kommunikation och distribution

förstå

- Karaktäristika för viktigare internationella försäljningskanaler
- Konsekvenser av val relaterade till formen för marknadsinträde, val av mellanhänder och val av distributionskanaler

Innehåll

- Värde. Värdematris. Översikt över begreppet värde. Tillämpning av värdematrisen.

Kvantifiering av konsumentvärde

- Den internationella handelns historia och utveckling
- Kultur och kulturella element
- Strategisk planering. Marknads och konkurrensanalys
- Metoder för underökning av internationella marknader: syften med och design av undersökningar
- Informationskällor för undersökningar av internationella marknader
- Former för marknadsinträde och expansion. Organisation av internationella affärer. Kanalstyrning.
- Internationella och globala prissättningsbeslut. Exportprissättning. Betalningsformer och -villkor.
- Marknadsplanering och kommunikationsverktyg för Internationella och globala affärer
- Internationella affärer och finansiering. Arbetande kapital och vikten av kassaflödet
- Tillämpat projekt i international marknadsföring

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar. Projektarbete och fallstudie- seminarier

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.
skriftlig examination
seminariepapper

Kursvärdering

En kursvärdering genomförs i slutet av kursen. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport, vilken arkiveras hos institutionens administration. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk kurslitteratur

Författare/red. Obligatorisk litteratur:

Titel, förlag och utgivningsårSidor

Albaum och Duerr International Marketing and Export Management, Prentice Hall,
senaste upplagan, 736

Ekonomihögskolan, Artikelkompendium, 200