



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 institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-11-30

Senast reviderad 2011-06-13. Litteraturrevidering
Revision pga ändring i behörighet.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-60hp inklusive grundläggande kurser i marknadsföring om 7,5hp, eller motsvarande.

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

- Den internationella handelns historia och utveckling
- Kultur och kulturella element
- Strategisk planering. Marknads och konkurrensanalys
- Metoder för undersökning 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 kassaflöde
- Tillämplat projekt i internationell marknadsföring

Undervisningsformer

Föreläsningar. Projektarbete och seminarier

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

skriftlig examination

seminariepapper

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 kurslitteratur

G. Albaum och Duerr, E. International Marketing and Export Management, Prentice Hall,

senaste upplagan, 736

Artiklar, 200 sidor