



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

2FE033 Cases in Marketing Strategy, 7,5 högskolepoäng

2FE033 Cases in Marketing Strategy, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd 2009-06-29

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

För att bli antagen till kursen krävs 67,5 hp i företagsekonomi, inklusive 2FE024 Marketing Strategy, 7,5 hp (eller motsvarande) och grundläggande marknadsföringskurser.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- Anpassa marknadsstrategi efter lokala förhållanden
- Bedöma konkurrenskraft i en regional och global kontext
- Planera en praktisk marknadsstrategi

Innehåll

- Teoretiska perspektiv om anpassning av marknadsstrategi efter lokala förhållanden
- Marknadsföring, utmaningar och trender
- Analys och tolkning av strategifall för att utveckla en förståelse för strategier i praktiken

Undervisningsformer

Föreläsningar och seminarier.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Seminariepaper

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr 2011/160”.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. 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 kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Litterature list

Johnson, G., Whittington, R. & Scholes, K., *Exploring Strategy – text & cases*, Prentice Hall. Senaste upplaga, 773 sidor

Vetenskapliga artiklar, 200 sidor