



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE418 Business Marketing, 7,5 högskolepoäng

Business Marketing, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd 2012-10-19

Senast reviderad 2014-06-25 av Ekonomihögskolan. Litteraturlistan reviderad, standardtexter uppdaterade.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2014

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att 105 av 120 hp på civilekonomprogrammets basblock har genomgåts med godkänt resultat

Mål

Efter fullföljd kurs ska studenten kunna:

- beskriva och analysera vad som kännetecknar business-to-business marknader
- beskriva och analysera företags relationer och nätverk
- beskriva och analysera hur aktörer på business-to-business marknaden kan sköta sina relationer och nätverk
- beskriva och analysera industriell försäljning och inköp
- analysera en verklig affärssituation genom att tillämpa kursens teorier samt förmedla dess resultat och rekommendationer på ett professionellt sätt

Innehåll

Kursen innehåller:

- business-to-business marknader med ett relationsperspektiv
- business-to-business nätverk, deras struktur, innehåll och betydelse ur ett nätverksperspektiv
- industriella inköp och försäljning
- projektmarknadsföring

Undervisningsformer

Föreläsningar, grupparbete och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursens examination görs löpande under hela dess kursperiod. Bedömning av studentens prestation görs genom skriftlig individuell examination, skriftliga rapporter samt uppgifter i grupp. Aktivt deltagande under obligatoriska kursmoment förutsätts för godkänt resultat.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 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. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Ford, D., Gadde, L-E., Håkansson, H. & Snehota, I. *Managing Business Relationships*. Wiley: Chichester. 238 s. Senaste upplagan.

Vetenskapliga artiklar, ca 300 s.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med examinator, ca 400 s.