



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE925 International Cases on Marketing Strategy, 7,5  
högskolepoäng

International Cases on Marketing Strategy

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2F

### Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2019-03-06

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2019

### Förkunskaper

Företagsekonomi 60 hp, varav minst 15 hp på G1F-nivå. Engelska B/6 eller motsvarande.

### Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- utvärdera marknadsföringsbeslut, inklusive beslut om att skapa en marketing mix
- analysera och problematisera insikter om hur skillnader i ekonomiska, kulturella, sociala, politiska och juridiska miljöer kan påverka marknadsföringsbeslut
- skaffa en översikt över samtida frågor kring marknadsföring och de unika utmaningar marknadsföringschefer står inför i den dynamiska affärsmiljön

### Innehåll

Kursen innehåller:

- introduktion till five forces industry analysis
- konkurrens; marknadspositionering; strategisk planering
- konkurrensfördel; diversifiering; strategisk formulering
- internationell marknadsföring; marknadsföringsstrategi

## Undervisningsformer

Undervisning utförs som distansundervisning med hjälp av en lärplattform och består av självstudier baserat på instruktioner från kursansvarig, deltagande i webbaserade gruppdiskussioner och individuella skriftliga rapporter. Kursen kräver åtkomst till en dator och internet. Inga obligatoriska möten på campus ingår.

## Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Kursen examineras genom en individuell caseanalysuppgift och en hemtentamen.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat. Betygskriterier för Underkänd eller Godkändskalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart.

## Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Övrigt undervisningsmaterial**

Vetenskapliga artiklar och case. Cirka 100 sidor.

Kurslitteraturen för studenter kommer att vara tillgänglig antingen via Case Center <https://www.thecasecentre.org> eller Harvard Business School Publications <https://hbsp.harvard.edu/cases/>.