



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

4FE00E International Marketing Strategy, 30 högskolepoäng

4FE00E International Marketing Strategy, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1E

Fastställande

Fastställd 2009-06-29

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändring av institutionstillhörighet
Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för avancerad nivå samt särskild behörighet
Företagsekonomi 1-90hp inklusive ett examensarbete på nivå G2E.

Mål

Delkurs 1: International Marketing Strategy, 15hp

Studenterna förväntas förstå avancerad internationell marknadsföringsstrategi baserat på aktuell forskning.

Delkurs 2: Företagsekonomi, examensarbete, avancerad nivå, 15hp

problematiserande kunskaper om avancerade teoretiska och empiriska problem; att självständigt formulera ett forskningsproblem, att använda forskningsmetod, att samla in och analysera data, att kritiskt kunna ganska forsknings- och utredningsrapporter, självständigt utarbeta skriftlig presentation av ett examensarbete

Innehåll

.

Delkurs 1 International Marketing Strategy 15 högskolepoäng

Kursen består av diskussioner och analyser av nyckelaspekter av internationell marknadsföringsstrategi, såsom strategisk kompetens, internationaliseringsprocesser,

entre på internationella marknader, konkurrensstrategi och internationell varumärkning. Under föreläsningarna kommer böcker och artiklar att diskuteras och de kommer att vara grunden för de papper som sedan skrivs. Varje termin är ägnad åt ett särskilt tema.

Delkurs 2 Företagsekonomi, examensarbete, avancerad nivå 15 högskolepoäng

Kursen innehåller en seminarieserie för examensarbetet.

Examensarbetet innebär definition och formulering av problem, sammanställning av en rapport och oppositioner på andras arbeten.

Undervisningsformer

Delkurs 1: International Marketing Strategy, 15hp

Föreläsningarna baserad på den obligatoriska litteraturen. Inbjudna gäster föreläser på ämnen som är relaterade till terminens tema. Studenterna arbetar i små grupper för att producera papper. Presentationer och diskussioner sker på obligatoriska seminarier.

Delkurs 2: Företagsekonomi, examensarbete, avancerad nivå, 15hp

Undervisningen består av seminarier och handledning. Deltagande i seminarier är obligatoriskt.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Delkurs 1: International Marketing Strategy, 15hp

Examinationen utgörs av skrivna rapporter, muntliga presentationer och aktivt deltagande vid seminarier.

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.

Delkurs 2: Företagsekonomi, examensarbete, avancerad nivå, 15hp

Bedömningen av de studerande prestationer sker genom bedömning av examensarbete och opposition.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd (80% -100%), godkänd (60%-79%), underkänd (0%-59%) samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

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.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: Varje delkurs har en motsvarande fristående kurs med vilken det finns en 100% överlappning.

4FE00E:1 överlappar 4FE010

4FE00E:2 överlappar 4FE02E/4FE07E

Kurslitteratur och övriga läromedel

Litteraturförteckning Delkurs 1 - International Marketing Strategy 15 hp

Albaum, G, Strandskov, J, Duerr, E, *International Marketing and Export Management*, Prentice Hall, latest edition, 528 sidor

Pehrsson, A, *Strategy in Emerging Markets. Studies in Global Competition*, No. 8. Routledge, 2001, 261 sidor

Articles and reports adapted to individual projects

***Litteraturförteckning Delkurs 2 - Företagsekonomi, examensarbete, avancerad nivå
15 hp***

Obligatorisk litteratur

Väljs i samråd med läraren.