



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

4FE418 International Marketing of Small and Medium Sized Companies, 7,5 högskolepoäng

4FE418 International Marketing of Small and Medium Sized Companies, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1N

Fastställande

Fastställd 2015-05-13

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

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:
Kandidatexamen i företagsekonomi med minst 90 högskolepoäng i huvudområdet
företagsekonomi eller motsvarande. Engelska B/6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för och kritiskt tillämpa grundläggande koncept, strukturer och tekniker kopplade till internationaliseringsprocessen inom små och medelstora företag (SMFs)
- ta fram ett koncept för, utveckla och implementera ett strategiskt ramverk för internationaliseringen av ett SMF
- analysera vilka affärssituationer som strategiskt sett är viktigast för SMFs på den internationella marknaden

Innehåll

Kursen innehåller:

- internationella marknadsföringsstrategier hos SMFs
- organisationen av internationaliseringsprocessen
- utformningen av nätverk för exportsamarbeten med syfte att utöka handeln och nå nya marknader
- inträdesstrategier hos SMFs, i synnerhet till och från tillväxtmarknader

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och handledning. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

Examination sker genom skriftliga rapporter, muntlig presentation och opposition.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

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.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: Kursen överlappar 4FE416.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Hilmersson, M. *Establishment of Insidership Positions in Institutionally Distant Business Networks*. Doctoral Dissertation No 52, Linnaeus University Press, Växjö. Senaste upplagan. Ca 200 s.

Sandberg, S. *Internationalization processes of small and medium-sized enterprises: Entering and taking off from emerging markets*. Doctoral Dissertation, School of Business and Economics, Linnaeus University Dissertations No 78. Linnaeus University Press. Senaste upplagan. Ca 200 s.

Vetenskapliga artiklar, ca 200 s.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med handledare.