



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

4FE517 International Business Strategy in Emerging Country Markets, 15 högskolepoäng

International Business Strategy in Emerging Country Markets, 15 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Avancerad nivå

### Fördjupning

A1N

### Fastställande

Fastställd 2017-10-18.

Reviderad 2024-02-05. Revidering av poängsatta examinerande moment samt uppdatering av standardtext.

Kursplanen gäller från och med hösttermin 2024.

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet: 90 hp i huvudområdet företagsekonomi, eller motsvarande. Engelska 6, eller motsvarande.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva, förklara och reflektera över avancerade teorier och modeller inom internationell affärs- och marknadsstrategi

- redogöra för och analysera digitaliseringens påverkan på affärer inom tillväxtmarknader
- analysera empiriskt material och lösa strategiska affärsproblem genom att tillämpa teorier och modeller på verkliga affärssituationer för företag som verkar på tillväxtmarknader
- analysera interna och externa strategiska förutsättningar och organisationen för ett internationellt företag för att utvärdera den nuvarande situationen samt föreslå en hållbar internationell affärs- och marknadsstrategi för tillväxtmarknaden
- genomföra en institutionell analys av en tillväxtmarknad för ett multinationellt företag och relatera den till en matchande strategi för företaget
- presentera och diskutera rapportresultat

## Innehåll

Kursen innehåller:

- perspektiv på internationell affärsstrategi
- utvecklingen på tillväxtmarknader de senaste decennierna
- karaktären och betydelsen av affärsrelationer och nätverk på tillväxtmarknader
- institutionernas natur, roll och utveckling på tillväxtmarknader
- det institutionella nätverket
- digitaliseringens utveckling och roll på tillväxtmarknader
- företagets ansvar på tillväxtmarknader
- strategier för matchning av interna och externa nätverk för att uppnå en hållbar internationell affärsstrategi för ett företag på en tillväxtmarknad
- business-to-business marknadsföringsstrategier för att konkurrera och lyckas på tillväxtmarknader

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, workshops och företagsbesök.

## Examination

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

Kursen examineras genom två individuella skriftliga inlämningsuppgifter 2 och 3 hp, en individuell skriftlig och muntlig inlämningsuppgift 3 hp, en skriftlig gruppindelning 6 hp och en presentation och opponering av gruppuppgift 1 hp.

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.

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

## Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast

vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i följande kurs/kurser:

4FE516 med 15 hp.

## Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen är engelska kommer även examinationer ges på engelska.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Cavusgil, T, Ghauri, P. N, Akcal, A. *Doing Business in Emerging Markets*, Sage. Senaste upplaga. Cirka 390 sidor.

Jansson, H. *International Business Strategy in Complex Markets*. Edward Elgar. Senaste upplaga. Cirka 290 sidor.

### **Övriga läromedel**

Vetenskaplig artiklar. Cirka 300 sidor.

### **Referenslitteratur**

Pehrsson A. (2020). *Competitive International Strategy*. Routledge. Boca Raton FL. U.S.A. 186 sidor.