



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

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 av Ekonomihögskolan 2017-10-18

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2018

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet: 90 hp i huvudområdet företagsekonomi och engelska B/6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva, förklara och reflektera över avancerade teorier och modeller inom internationell affärs- och marknadsstrategi
- 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 det 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
- 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. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

Kursen examineras genom uppgifter, individuellt och i grupp samt presentation och diskussion av resultat.

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 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 kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

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.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: 4FE516.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

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

Jansson, H. *International Business Strategy in Emerging Country Markets. The Institutional Network Approach*. Edward Elgar, Cheltenham, UK. Senaste upplagan. Cirka 290 sidor.

Övrigt studiematerial

Vetenskaplig artiklar, cirka 300 sidor.

Referenslitteratur

Jansson, H. *International Business Marketing in Emerging Country Markets: The Third Wave of Internationalization of Firms*. Edward Elgar. Senaste upplagan. Cirka 240 sidor.