



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

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

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

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Avancerad nivå

### Fördjupning

A1N

### Fastställande

Fastställd 2017-10-18

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

### 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
- företagens 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. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

## 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 examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: 4FE516.

## 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.

**Referenslitteratur**

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

**Övrigt studiematerial**

Vetenskaplig artiklar. Cirka 300 sidor.