



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

Marknadsföreling, magisterprogram, 60 högskolepoäng

Marketing, Master Programme, 60 credits

Nivå

Avancerad nivå

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd

Senast reviderad 2014-11-27 av fakultetsstyrelsen inom Ekonomihögskolan

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2015

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:

- Kandidatexamen i företagsekonomi varav minst 30 högskolepoäng i marknadsföreling
- Engelska B/6 eller motsvarande

Programbeskrivning

Det ettåriga magisterprogrammets övergripande mål är att studenterna ska utveckla förmågan att arbeta inom området för marknadsföreling på ledningsnivå i privata och offentliga organisationer både på nationell och internationell nivå, eller inom sina egna företag. Studenterna kommer att utveckla kunskap och förmågor som krävs för att ta ansvar för avancerade uppdrag på ledningsnivå inom nyckelområdet strategisk marknadsföreling, framför allt i en internationell miljö.

Studenterna kommer att lära sig uppskatta modern och framtida utveckling inom marknadsförelingsteori och praktik. Genom akademiska och praktiska studier kommer de att utforska huvudområdena som inkluderar tillämpad marknadsförelingsanalys, internationell marknadsförelingsstrategi samt innovationshantering och entreprenörskap. Vid slutet av kursen ska studenterna göra ett examensarbete.

Mål

Centrala examensmål enligt Högskoleföreling

Kunskap och förståelse

För magisterexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet såväl överblick över området som fördjupade kunskaper inom vissa delar av området samt insikt i aktuellt forsknings- och utvecklingsarbete
- visa fördjupad metodkunskap inom huvudområdet för utbildningen.

Färdighet och förmåga

För magisterexamen skall studenten

- visa förmåga att integrera kunskap och att analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer även med begränsad information,
- visa förmåga att självständigt identifiera och formulera frågeställningar samt att planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa i dialog med olika grupper
- visa sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller för att arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

Värderingsförmåga och förhållningsätt

För magisterexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter samt visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete,
- visa insikt om vetenskapens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för sin kunskapsutveckling.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid Ekonomihögskolan.

Sammanhållning och koordinering av programmet leds av programansvarig. Programansvarig arbetar även för att kvaliteten säkerställs på programmet, allt från individuella studentkontakter till kurs- och programutveckling.

Varje kurs har ansvarig lärare. Programmet har ett programråd med representanter studenterna, för arbete kring kvalitet och utveckling av programmet.

Programöversikt

Programmet består av 3 kurser med inriktning på vardera av programmets huvudområden applied marketing analysis, managing innovation, entreprenörskap och internationalisering och avslutas med ett examensarbete. Samtliga kurser på avancerad nivå ges på engelska.

Kurser i programmet

Applied Marketing Analysis, 15 hp, A1N, (obligatorisk),*

International Marketing Strategy, 15 hp, A1N, (obligatorisk),*

Managing Innovation and Entrepreneurship, 15 hp, A1F, (obligatorisk),*

Examensarbete, 15 hp, A1E, (obligatorisk),*

* Tillhör programmets huvudområde företagsekonomi.

Kurserna kan komma att ges i annan ordning.

Omvärldskontakter

Utbildningen har en tydlig näringslivsanknytning genom att den bygger på i huvudsak empiriskt förankrade forskningstraditioner inom de aktuella kunskapsområdena vilka väl fångar upp aktuella trender och förändringar avseende marknadsföring. Vidare används fallföretag i flera av utbildningens kurser, samtidigt som gästföreläsare uppträder på olika kursmoment.

Utlandsstudier

Det finns inte möjlighet att inom ramen för programmet genomföra utbytesstudier.

Perspektiv i utbildningen

Undervisningsmetoderna varierar mellan kurserna och kan bestå av föreläsningar, handledning och seminarier. Ett viktigt inslag i många kurser är att arbeta i studiegrupper där studenterna tränar på att leda diskussioner och seminarier för en större grupp. Den schemalagda undervisningen täcker en liten del av arbetsveckan. Studenterna förväntas studera mycket på egen hand. Som student utvärderas dina kunskaper och förmågor både individuellt och i grupp genom olika examinationsformer.

Kvalitetsutveckling

Programmet har en programansvarig, ett programråd och en programgrupp. Programansvarig har det övergripande ansvaret för programmets administration, kvalitetsutveckling och kvalitetsuppföljning. Programansvarig har kontinuerlig dialog med programgruppen, d v s de på programmet undervisande lärarna.

Delkurserna utvärderas löpande av studenterna genom skriftliga kursutvärderingar. Utvärderingarna sammanställs och distribueras enligt gällande rutiner. Avseende studentinflytande gäller att studenterna är representerade i varje beslutande organ.

Reflektioner och erfarenheter följs upp inom ett läsår med minst en träff i programrådet där förändringar i kurser, integration mellan kurser, samt pedagogisk och kunskapsmässig utveckling diskuteras mellan studenterna och programansvarig. Till programrådet inbjuds samtliga studerande samt övriga lärare inom programgruppen.

Examen

Efter avklarade studier på programmet samt då avklarade studier motsvarar de fordringar som finns beskrivna i Högskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om examen. De som fullföljt Marknadsföreläsning, magisterprogram kan erhålla följande examen:

Studenter som har en filosofie kandidatexamen från grundnivå erhåller följande examen:

Filosofie magisterexamen med inriktning mot marknadsföreläsning
Huvudområde: Företagsekonomi

Studenter som har en ekonomie kandidatexamen från grundnivå erhåller följande examen:

Ekonomie magisterexamen med inriktning mot marknadsföreläsning
Huvudområde: Företagsekonomi

Examensbeviset är tvåspråkigt (engelska/svenska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

Övrigt

För tillträde till kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart.