



Utbildningsplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

Marknadsföring, masterprogram, 120 högskolepoäng
Marketing, Master Programme, 120 credits

Nivå

Avancerad nivå

Inrättande av program

Inrättad av Fakultetsnämnden för ekonomi och design 2009-03-26

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd av Nämnden för grundnivå och avancerad nivå inom fakultetsnämnden för ekonomi och design 2012-10-24

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2013

Senast reviderad 2009-09-15

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:

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

Programbeskrivning

Programmets syfte är att studenten ska utveckla förmåga att arbeta med kvalificerade ledningsuppgifter inom marknadsföring genom affärsutveckling, innovation, produktutveckling, strategi och design management i näringslivet, nationellt och internationellt, samt delta i forskning och kvalificerat utvecklingsarbete inom dessa områden.

Mål

Centrala examensmål enligt Högskoleförordningen

Kunskap och förståelse

För masterexamen skall studenten

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

Färdighet och förmåga

För masterexamen skall studenten

- visa förmåga att kritiskt och systematiskt integrera kunskap och att analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer även med begränsad

informa-tion,

- visa förmåga att kritiskt, självständigt och kreativt identifiera och formulera frågeställningar, att planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna tidsramar och därigenom bidra till kunskapsutvecklingen samt att utvärdera detta arbete,
- visa förmåga att i såväl nationella som internationella sammanhang 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 självständigt arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

Värderingsförmåga och förhållningsätt

För masterexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till re-levanta vetenskapliga, samhällseliga 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 männi-skors ansvar för hur den används
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för sin kun-skapsutveckling.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid Fakulteten för Ekonomi och Design och ges 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 för vardera årskursen, för arbete kring kvalitet och utveckling av programmet.

Programöversikt

Första året består av 3 kurser med inriktning på vardera av programmets huvudområden affärsutveckling, innovation/produktutveckling och internationalisering. Vidare den första av de för hela Ekonomihögskolan gemensamma metodkurserna på avancerad nivå. Andra året ges dels en kurs i Design Management och den andra metodkursen. Programmet avslutas med ett större examensarbete. Samtliga kurser på avancerad nivå ges på engelska.

Kurser i programmet

År 1

Business Development, 15 hp, A1N, (obligatorisk),*
Business Development by Innovation, Product Development and Product Revision, 15 hp, A1N, (obligatorisk),*
International Marketing Strategy, 15 hp, A1N, (obligatorisk),*
Qualitative and Quantitative Methods and Applications, part I, 15 hp, A1F, (obligatorisk),*

År 2

Innovation, Product Development and Product Revision by Design Management, 15 hp, A1F, (obligatorisk),*
Qualitative and quantitative methods and applications, part II, 15 hp, A1F, (obligatorisk),*

Examensarbete, 30 hp, A2E, (obligatorisk),*

Uppsatsen skall skrivas inom ramen för en av modulerna 1, 2, 3 eller 5.

* 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

Utlandsstudier kan genomföras på programmet efter samråd med programansvarig. Studenterna erbjuds ta del av det samlade utbudet av avtal med utländska lärosäten som finns inom Linnéuniversitetet. Studenterna uppmuntras också, om önskemål finnes, att på egen hand finna lärosäte utanför de avtal som finns

Perspektiv i utbildningen

Att arbeta med mångfald innebär att ta till vara och värdera mångfalden bland medarbetare, studenter och andra samarbetspartners. I delkurserna "Business Development" och "Business Development by Innovation, Product Development and Product Revision" diskuteras frågor kring hållbar utveckling, mångfald, jämställdhet och etik.

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 examensordning-en för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om examen. De som fullföljt Marknadsföring, masterprogram kan erhålla följande examener:

Studenter som har en filosofie kandidatexamen från grundnivå erhåller följande examen:
Filosofie masterexamen med inriktning mot marknadsföring
(Huvudområde: Företagsekonomi)

*Master of Science (120 credits) with specialisation in Marketing.
Main field of Study: Business Administration*

Studenter som har en ekonomie kandidatexamen från grundnivå erhåller följande examen:
Ekonomie masterexamen med inriktning mot marknadsföring
(Huvudområde: Företagsekonomi)

*Master of Science(120 credits) in Business and Economics with specialisation in Marketing.
Main field of study: Business Administration*

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