



## Utbildningsplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Marknadsföringsprogrammet, 180 högskolepoäng

Marketing Programme, 180 credits

### Nivå

Grundnivå

### Fastställande av utbildningsplan

Fastställd 2009-09-17

Senast reviderad 2013-02-19 av fakultetsstyrelsen inom Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2013

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Engelska B, Samhällskunskap A, Matematik B eller Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2, Matematik 2a / 2b / 2c. Grundläggande behörighet med undantag för Svenska.

### Programbeskrivning

Utbildningen syftar till att studenterna skall tillägna sig sådana kunskaper, färdigheter och förståelse som krävs för självständigt, kritiskt och utvecklande arbete med marknadsföringsinriktade uppgifter mot konsumenter eller företag.

### Mål

Centrala examensmål enligt Högskoleförordningen

#### *Kunskap och förståelse*

För kandidatexamen skall studenten:

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

#### *Färdighet och förmåga*

För kandidatexamen skall studenten:

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

#### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

För kandidatexamen skall studenten:

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

## Innehåll och struktur

### *Organisation*

Utbildningen är placerad vid Fakulteten för ekonomi och design och vid Ekonomihögskolan. Programmet ges på engelska. Programansvarig har det övergripande ansvaret för programmet. Ett programråd består av studentrepresentanter samt programansvarig. Programmets undervisande lärare arbetar i en programgrupp.

### *Programöversikt*

Marknadsföringsprogrammet omfattar 180 hp och inleds med en introduktionstermin som ger en översikt över hela programinnehållet. Termin 2, från Kundens perspektiv, termin 3, Erbjudandet, och termin 4, Strategier och restriktioner. Termin 5 ges med inriktning mot antingen kommunikation företag eller konsumentkommunikation. Under termin 6 skall studenterna visa färdigheter i ett examensarbete inom den specialisering som gjordes termin 5.

Studenterna ges teoretiska kunskaper i huvudämnet företagsekonomi och i nationalekonomi och rättsvetenskap. Programmet ges på engelska.

Programmets pedagogik bygger på ett problembaserat lärande med fokus på fallstudier. Kurser integreras för att åstadkomma helhetsförståelse.

### *Kurser i programmet*

#### **År 1**

- Introduktion till företagsekonomi, 12,5 hp, nivå G1N (obligatorisk) (a)
- Nationalekonomi, 10 hp nivå G1N (obligatorisk)
- Statistik, 7,5 hp nivå G1N (obligatorisk)
- Från kundens perspektiv, 30 hp, nivå G1F (obligatorisk) (b)

#### **År 2**

- Erbjudandet, 30 hp, nivå G1F (obligatorisk) (a)
- Strategi och restriktioner, 30 hp, nivå G1F (c) eller val av motsvarande studier utomlands (d)

#### **År 3**

- Kommunikation företag till konsument, 30 hp, nivå G2F (a) eller val av motsvarande studier utomlands (e)
- Kommunikation företag till företag, 30 hp, nivå G2F (a) eller val av motsvarande studier utomlands (e)
- Examensarbete inom ramen för valet termin 5, 30 hp, nivå G2E (obligatorisk) a)

a) Tillhör ämnet företagsekonomi.

b) Består av 22.5 hp företagsekonomi samt 7.5 hp statistik.

c) Består av 17.5 hp företagsekonomi, 7.5hp rättsvetenskap samt 5 hp nationalekonomi

d) Består av 30 hp företagsekonomi, nationalekonomi och/eller rättsvetenskap.

Utbytesterminens kursval får bestå av maximalt 50% av heltidsstudier inom ämnet företagsekonomi. Andra ämnen kan förekomma. Kurserna måste godkännas för tillgodoräkning inom programmet innan avresa till utbytet.

e) Består av 30 poängs heltidsstudier inom kurser av relevans för den inriktning Business to Consumer eller Business to Business som studenten valt.

#### *Arbetslivsanknytning*

Praktiska moment, där studenterna skall tillämpa förvärvade kunskaper på problem hämtade från praktikföretagen, ingår.

#### *Utlandsstudier*

Studenter uppmuntras till att förlägga termin 4 och/eller 5 av sin utbildning till ett utländskt universitet. Studenterna erbjuds ta del av det samlade utbudet av avtal med utländska lärosäten som finns inom Linnéuniversitetet. Viss möjlighet till Double Degree vid annat lärosäte under år 3 kan även förekomma.

#### *Perspektiv i utbildningen*

Internationalisering är en självklar del i programmet och genomsyrar flera kurser inom programmet. Exempel, praktikfall/case och förhållningssätt som presenteras och diskuteras under utbildningen hämtas även från andra länder än Sverige. Programmet inbegriper också moment där frågor om kulturella skillnader och påverkan av dessa på marknadsföringsarbetet lyfts fram.

I programmet lyfts också genus- och mångfaldsfrågor, särskilt avseende undervisningen kring kommunikation. Etikfrågor diskuteras löpande under hela utbildningen. Frågor som berör hållbar utveckling tas upp ur perspektiven regler och restriktioner samt möjligheter till att skapa nya värden och konkurrensfördelar.

### **Kvalitetsutveckling**

Marknadsföringsprogrammet har en programansvarig, ett programråd samt en programgrupp som säkerställer kontinuerlig utveckling av programmet, uppföljning och utvärdering. Programansvarig har det övergripande ansvaret för programmets administration, kvalitetsutveckling samt kvalitetsuppföljning.

Ett flertal instrument, till exempel kursutvärdering efter avslutad kurs samt programråd och återkoppling till studenterna används för att stimulera studentinflytandet.

Kontinuerlig utvärdering sker dels på kursnivå, dels på programnivå. Sammanställningar av kurs- och programutvärderingar finns tillgängliga på lärosätet.

Programrådet består av studeranderepresentanter från varje årskurs samt programansvarig. Till programrådet kallas även ansvariga lärare på de kurser som genomförts under terminen samt studievägledare. Programrådet träffas varje termin för att diskutera programmets kvalitet och utveckling.

Det finns även en programgrupp bestående av de på programmet undervisande lärarna. Gruppen träffas kontinuerligt för att diskutera vetenskapliga perspektiv, stämna av integration och samordningen mellan de olika utbildningsmomenten samt driva utvecklingen av programmet.

### **Examen**

Efter avklarade studier på programmet samt då avklarade studier motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot marknadsföring  
(Huvudområde: Företagsekonomi)

*Bachelor of Science with specialization in Marketing*  
(Main field of study: Business Administration)

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

## Övrigt

För tillträde till år 2 krävs minst 45 godkända högskolepoäng från år 1.

För tillträde till år 3 krävs minst 105 godkända högskolepoäng från år 1 och 2.