



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

The International Marketing Programme, 180 högskolepoäng

The International Marketing Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Fastställande

Fastställd 2024-09-11.

Utbildningsplanen gäller från och med hösttermin 2025.

Förkunskaper

Grundläggande behörighet + Matematik 3b alt. Matematik 3c, Samhällskunskap 1b alt. Samhällskunskap 1a1 + 1a2 + Engelska 6.

Programbeskrivning

Syftet med programmet är att ge studenter kunskap, färdigheter och förståelse som krävs för självständigt och utvecklande arbete med marknadsföringsorienterade uppgifter. Utbildningen består till huvuddelen av varierande kurser inom ämnet marknadsföring, såsom varumärkning, produktutveckling och upplevelseekonomi med ett perspektiv av värdeskapande för både konsument och organisationer. Vikt läggs vid utbildning för hållbar utveckling (Education for Sustainable Development), vilket innebär att studenterna ges möjlighet att tillgodogöra sig en uppsättning kompetenser viktiga för en framtid i förändring. Programmets studenter är av varierande internationell bakgrund. Den internationella miljön skapar möjligheter att under studietiden agera i en kontext med människor av olika kulturell bakgrund. Detta stimulerar till ifrågasättande av det förbiveta tagna för att se andra lösningar och arbeta med att acceptera andras synsätt och sätt att vara. Efter avlagd examen ska studenterna kunna identifiera organisationers marknader och föreslå hur man möter dessa marknader. Studenterna kommer att kunna arbeta med marknadsföring både i Sverige och internationellt.

Mål

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, samhällsliga 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.

Programspecifika mål

- Utvärdera värdeskapande.
- Använda kompetenser relaterade till utbildning för hållbar utveckling (education for sustainable development).

Detta överensstämmer med de lärande mål som anges för en kandidatexamen i Högskoleförordningen och är i linje med Ekonomihögskolans mission.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid och ges av Ekonomihögskolan.

För programmet finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet, agerar som företrädare och samordnar programrelaterade frågor. Hen ansvarar för programmets innehåll och utveckling samt arbetar aktivt för goda relationer och kommunikation. Det sker med de på programmet undervisande lärarna via en fortlöpande dialog, med programstudenter via ett programråd och med arbetslivet via samverkan med näringsliv och interaktion med andra relevanta partner.

Programöversikt

The International Marketing Programme ges på engelska och motsvarar totalt 180 högskolepoäng. Studenterna får teoretiska kunskaper i huvudämnet företagsekonomi,

samt nationalekonomi och/eller juridik. Programmets undervisningsmetodik baseras på problembaserad inläring. Progression för så väl kompetenser kopplade till utbildning för hållbar utveckling (ESD) och akademiska kompetenser är tydlig under programmets gång.

Obligatoriska kurser inom programmet kan, i samråd med programansvarig, bytas ut. Programansvarig är då ansvarig för att bedöma att examensmål fortfarande uppfylls även med kursbytet.

Kurser i programmet

Termin 1

- Introduktion till företagsekonomi för marknadsförare, 12,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen ger grundläggande kunskaper inom marknadsföring och ekonomistyrning. Målet är att ge studenterna en introduktion till marknadsföring, med det underliggande syftet att ge dem relevant kunskap inom de två ämnena som grund för kommande akademisk förkovran.

- Grundläggande mikroteori för marknadsförare, 10 hp, G1N (obligatorisk)°,

Kursen ger en grundläggande introduktion till ekonomi med koppling till relevant marknadsföring. Målet är att lyfta fram rollen som ekonomisk teori spelar inom marknadsföringsområdet, med det underliggande syftet att ge grundläggande kunskaper samt ett ekonomiskt perspektiv på marknadsföring.

- Statistik för marknadsförare I, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)%,

Kursen ger grundläggande kunskaper och introduktion till statistik. Målet är att ge studenterna kunskap inom statistik i sig samt inom en marknadsföringskontext, med det underliggande syftet att kontextualisera statistik inom marknadsföringsområdet.

Termin 2

- Från kundens perspektiv, 30 hp, G1N (obligatorisk)1),

Kursen ges ur ett kundorienterat perspektiv. Målet är att lyfta fram kunden som central intressent inom marknadsföring. Det underliggande syftet är att ge kunskap inom marknadsföringsmeddelande, konsumentbeteende och statistik för att betona kundens roll.

Termin 3

- Erbjudandet, 30 hp, G1F (obligatorisk)*,

Kursen ger kunskap inom produktutveckling, varumärke och prissättning. Målet är att utveckla studentens insikter inom nyckelområdena inom marknadsföring, med det underliggande syftet att vidareutveckla kunskapen inom vart och ett av dessa huvudområden.

Termin 4

- Studier Utomlands

Under denna termin uppmuntras studenterna till studier utomlands. Utresande studenter behöver läsa minst en kurs i nationalekonomi och/eller rättsvetenskap. Utöver detta får kurser inom företagsekonomi uppgå till maximalt 50% av heltidsstudier. Andra ämnen får förekomma, men samtliga kurser måste vara relevanta för programmet och förhandsgodkännas av programansvarig.

Alternativt studier inom programmet enligt följande kurser:

- Entreprenörskap: Individer, organisationer och samhället, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen ger kunskap inom grundläggande entreprenörskapsteori ur tre perspektiv. Målet är att introducera entreprenörskapsteori samt kontextualisera entreprenörskap ur marknadsföringssynpunkt, med det underliggande syftet att ge insikter inom entreprenörskap och dess betydelse för marknadsförare.

- Ekonomistyrning och finansiering, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*,

Kursen omfattar olika modeller för kostnader, investeringar och finansiell information. Målet är att ge kunskap om det finansiella perspektivet på marknadsföring samt förbättra finansanalys, med det underliggande syftet att ge studenten relevant finansiell kunskap och förståelse för dess relation till marknadsföring.

- Introduktion till internationell rätt, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)?,

Kursen är inriktad mot grundläggande aspekter inom internationell handelsrätt. Målet är att ge kunskap om hur rättsligt material hittas och analyseras inom ett givet ramverk, med det underliggande syftet att ge förståelse för internationell handelsrätt i relation till marknadsföring.

- Macroeconomics and Sustainability with Marketing Perspectives, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)2),

Kursen kontextualiserar ekonomi och hållbarhet inom marknadsföring. Målet är att ge ett tvärvetenskapligt förhållningssätt till marknadsföringsstudier, med det underliggande syftet att ge insikter om hur man kan betrakta marknadsföring ur ett kombinerat ekonomiskt och hållbarhets perspektiv.

Termin 5

- Värdeskapande, 30 hp, G2F (obligatorisk)*,

Kursen innefattar perspektiv på forskning, marknadsföringskommunikation, upplevelsemarknadsföring och ett terminsprojekt. Målet är att ge kunskaper om relevanta metodologiska överväganden, att förstå och skapa en kommunikations- och upplevelseprocess samt ett terminsprojekt. Det underliggande syftet att utrusta studenten med fördjupade akademiska förmågor och praktiska färdigheter som är relevanta för marknadsförare.

Alternativt,

- Val av likvärdiga studier utomlands

Denna termin kan studeras utomlands, kurserna måste vara relevanta för programmet och förhandsgodkännas av programansvarig.

Eller

- Deltagande på godkänt double degree-program, 60 hp

Termin 6

- Independent Degree Project of the Marketing Programme with integrated Method (Bachelor), 30 hp, G2E (obligatorisk)*,

Kursen innehåller en oberoende studie, en metodkurs och kandidatuppsatskursen. Målet är att förbereda och genomföra en studie inom ramen för uppsatsen, med det underliggande syftet att skapa förståelse inom marknadsföring och utföra forskning på kandidatnivå

Eller

- Deltagande på godkänt double degree-program, 60 hp

Vissa av kurserna på programmet samläses med studenter från andra program och fristående kurser, samt kan eventuellt ges i en annan ordning.

* kurs i huvudområdet Företagsekonomi

° kurs i Nationalekonomi

% kurs i Statistik

? kurs i Rättsvetenskap

1) består av 7,5 hp Statistik och 22,5 hp Företagsekonomi

2) består av 5 hp Nationalekonomi och 2,5 hp Företagsekonomi

Ett kandidatprogram på 180 hp måste, enligt Högskoleförordningen, innehålla minst 90 hp successiv fördjupning inom huvudområdet, varav ett examensarbete om minst 15 hp. För kompletterande information se den lokala examensordningen. Kurser som har getts tidigare vid samma programkod, EGTMP, kan också ingå i programmets examen och ersätter då kurs med likvärdigt innehåll.

Samhällsrelevans

Projektuppgifterna formuleras i hög grad på ett sådant sätt att studenterna kan utföra dem på basis av en fallstudie tillsammans med en organisation.

Internationalisering

Studenterna uppmuntras tillbringa sin fjärde och/eller femte termin vid ett utländskt universitet. Studenter kan välja mellan olika utbytesavtal som Linnéuniversitetet har med utländska universitet. Det finns även möjlighet till dubbla examina vid partneruniversitet under tredje året.

Internationalisering är en naturlig del av programmet, och genomsyrar flertalet kurser inom programmet. Internationalisering tillämpas aktivt i exempel, fallstudier och perspektiv som presenteras och diskuteras inom programmet. Programmet innehåller flera moduler som diskuterar kultur och kulturella skillnaders påverkan på marknadsföring.

Hållbar samhällsutveckling

Programmet innefattar även aspekter på mångfald. Etik och etiska överväganden behandlas inom programmet. Hållbar utveckling diskuteras utifrån begränsningar samt möjligheter att skapa nytt värde och konkurrensfördelar. En kärnfråga för programmet är att förmedla och träna kompetenser kopplade till Education for Sustainable Development.

Kvalitetsutveckling

Kontinuerlig utvärdering och förbättring av programmet sker bland annat genom universitetets kursvärderingar, där resultatet hanteras av programansvarig och programråd samt återkopplas till studenterna och sedan arkiveras. Programstudenterna medverkar aktivt i uppföljningen och utvecklingen av programmet genom programråd, samt via studentrepresentanter i det fakultetsgemensamma Utbildningsrådet.

Alla Ekonomihögskolans program genomgår även kvalitetsgenomlysningar baserat på Association to Advance Collegiate Schools of Business' (AACSB) standarder, och alla huvudämnen genomgår kvalitetsutvärderingar via det nationella kvalitetssäkringssystemet m.h.a Universitetskanslersämbetet. Ekonomihögskolans fakultetsgemensamma kvalitetsplan styr bl.a. att en återkommande programgenomlysning genomförs och att kursvärderingarna följs upp. Vid den universitetsövergripande undersökningen Linnébarometern tillfrågas studenterna om deras upplevelse av sin utbildning relaterat till olika kvalitetsaspekter.

Examen

Efter avklarade studier som motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om examen. De som fullföljt programmet The International Marketing Programme kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen inriktning mot marknadsföring
Huvudområde: Företagsekonomi

Degree of Bachelor of Science with Specialisation in Marketing
Main field of study: Business Administration

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). 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.

Vid eventuella avvikelser mellan svensk och engelsk version av denna utbildningsplan, är den svenska överordnad.