



Strategisk marknadsföring för Event Strategic Marketing for Event Studies

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 21SE1B

Revision: 1.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2012-05-08

Gäller från: HT 2012

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarad kurs Grundläggande marknadsföring för Event 7,5 högskolepoäng eller motsvarande.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

- Behovet av strategiskt tänkande i företag
- Strategisk analys
- Omvärldsanalys
- Konkurrentanalys
- Planering, organisering, och uppföljning av marknadsföringsstrategier
- Marknadsplanering
- Tjänsteföretagens betydelse i den globala ekonomin
- Tjänsteföretagens särart med avseende på ledning och marknadsföring
- Varumärkets betydelse för tjänsteföretagens konkurrensförmåga
- Integrerad marknadsföring
- Kvalitetssäkring i tjänsteföretag

Mål

Efter avklarad kurs ska studenten kunna:

- planera, organisera och följa upp utfallet av olika marknadsföringsstrategier,
- lösa komplexa frågeställningar i samband med utformning av nya strategier,
- redogöra för hur företag bör utforma sina omvärldsanalyser,
- ifrågasätta tillförlitligheten och bakomliggande antaganden hos olika förhärskande teorier på strategiområdet,
- analysera styrkan i olika varumärken,
- tillämpa olika analysmetoder i samband med konkurrentanalyser ,
- beskriva de viktigaste beståndsdelarna inom olika teoribildningar på marknadsföringsområdet,
- utforma en marknadsplan,
- utveckla rutiner för uppföljning av marknadsplaner,
- granska realismen och substansen i marknadsföringsplaner,
- redogöra för hur kvaliteten i ett företags tjänsteutbud kan säkras och
- redogöra för de viktigaste skillnaderna, ur ett ledningsperspektiv, mellan ett tjänsteföretag och ett mer produktbaserat företag.

Undervisningsformer

Föreläsningar som varvas med seminarier. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men kan även ges på engelska.. Litteraturen är på svenska och engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom individuell skriftlig tentamen samt ett projektarbete bestående av två rapporter som presenteras skriftligt och muntligt. För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt betyg på individuell tentamen samt godkänt betyg på projektgruppens inlämnade rapporter och muntliga presentationer. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt betyg på individuell skriftlig tentamen. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Aaker, D., (latest edition), *Strategic Market Management*, Wiley, New York
Grönroos, C., (2009), *Service Management och Marknadsföring*, Liber, Malmö

Under kursen används också artiklar med anknytning till ämnesområdet.

Studentinflytande och utvärdering

Efter avslutad kurs genomförs en kursvärdering genom en enkät. Kursansvarig sammanställer enkäterna. Utvärderingen sammanställs och offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser.

Övrigt

Obligatoriska moment i kursen är närvaro vid gästföreläsningar samt vid projektgruppernas muntliga presentationer. Kursen ges inom Event Management.