HÖGSKOLAN I BORÅS

# Grundläggande marknadsföring
## Basic Marketing
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

---

**Ladokkod:** A1GM1A
**Revision:** 11.0
**Fastställd av:** Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-10-14
**Gäller från:** HT 2020

**Nivå:** Grundnivå
**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G1N)
**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap
**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi
**Förkunskapskrav:** Grundläggande behörighet.
**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll
Kursen avser att ge en övergripande bild av marknadsföringsämnet utifrån både ett konsument- och ett företagsperspektiv. En utgångspunkt är en förståelse för både den externa och den interna miljö i vilket företag och konsumenter verkar. Kursen avser vidare att behandla konsumentens beslutsprocess i olika köpsituationer och de faktorer som påverkar konsumentens köpbeslut. Kursen avser slutligen att belysa företagets agerande avseende kommunikation, distribution, prissättning, produktutveckling och marknadsplanering.

### Mål
Studenten ska efter avklarad kurs kunna:

*Kunskap och förståelse*
1.1 redogöra för grundläggande begrepp, teorier och metoder inom marknadsföringsämnet,

*Färdigheter och förmåga*
2.1 demonstrera förmåga att applicera marknadsföringsbegrepp och relevanta teorier på företag och konsumenter,
2.2. planera, upprätta och presentera en marknadsplan,
2.3 systematiskt söka relevant marknadsinformation i databaser samt

*Värderingsförmåga och förhållningssätt*
3.1 värdera och kritiskt tolka olika typer av marknadsinformation.

### Undervisningsformer
Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar och seminarier. Litteraturen är skriven på engelska och/eller svenska.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

### Examinationsformer
Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

• Tentamen: individuell skriftlig tentamen
Lärandemål: 1.1 och 2.1
Högskolepoäng: 5,0
Betygsskala: U/G/VG

• Inlämning: skriftlig inlämningsuppgift
Lärandemål: 2.1, 2.2, 2.3 och 3.1
Högskolepoäng 2,0
Betygsskala: U/G

• Seminarium
Lärandemål: 2.1 och 2.2
Högskolepoäng 0,5
Betygsskala: U/G

Vid underkänt eller frånvaro på seminariet får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänd tentamen, godkänd skriftlig inlämningsuppgift samt godkänt betyg på det obligatoriska seminariet. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs därutöver Väl godkänt betyg på tentamen.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

## Kurslitteratur och övriga läromedel

Baines, P, Fill, C & Rosengren, S (senaste uppl.). *Marketing*. Oxford University Press: New York.

Ytterligare artiklar och material tillhandahålls via lärplattformen (max 170 sidor)

## Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram. Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

## Övrigt

Kursen ges inom Dataekonomutbildningen, Civilekonomprogrammet, Ekonomutbildningen, Kandidatprogrammet i Textilt Management - inriktning mode och handel, Textilekonomutbildningen, Kandidatprogrammet i Internationell Handel och IT samt som fristående kurs.