



Marknadsföring för ekonomer Marketing for Business Administrators

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: SMG011

Version: 12.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-11-23

Gäller från: VT 2017

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 avslutad 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.

Undervisningen bedrivs huvudsakligen på svenska men undervisning på engelska kan förekomma. Litteraturen är skriven på engelska och/eller svenska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Tentamen: individuell salstentamen

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.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Baines, P & Fill, C (2014). Marketing. Oxford University Press: New York.

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

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med institutionens riktlinjer, där studenternas synpunkter skall 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 programmet Affärsinformatik med inriktning mot Internationell Marknadsföring och IT, Dataekonomutbildningen, Civilekonomprogrammet, Ekonomutbildningen, Butikschefsutbildning med inriktning mot textil och mode, Textilekonomutbildningen samt som fristående kurs.