



Kursplan

för kurs på grundnivå

Marknadsföring II
Marketing II

6.0 Högskolepoäng
6.0 ECTS credits

Kurskod:	FE2300
Gäller från:	VT 2008
Fastställt:	2008-01-09
Institution	Företagsekonomiska institutionen
Ämne	Företagsekonomi

Beslut

Kursplanen är fastställd av Grundutbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen 2008-01-09.

Beslut om upphävande av denna kursplan är fattat av institutionsstyrelse 2016-03-16.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

Godkända 18 högskolepoäng från Företagsekonomi I eller minst 12 poäng från Grundkurs/A-kurs i företagsekonomi, eller motsvarande.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
2300	Marknadsföring II, Grundnivå, 6 hp	6

Kursens innehåll

Kursen behandlar följande:

- Omvärldsanalys, både på branschnivå och företagsnivå;
- Konkurrentanalys/benchmarking: analys av konkurrenters marknadsposition och konkurrentbeteende;
- Branschanalys: genom en SWOT-analys identifiera och kartlägga branschspecifika förutsättningar för ett företags marknadsföringsplanering;
- Upprättande av en marknadsföringsplan samt budgetering av kostnader och intäkter för marknadsföringsinsatser i handlingsprogrammet.

Förväntade studieresultat

Kursens övergripande syfte är att göra den studerande förtrogen med synsätt och teorier som rör företags marknadsföringsplanering, konkurrens- och branschstrategier samt upprättandet av marknadsföringsplaner.

Efter att ha genomgått kursen förväntas den studerande kunna:

- redogöra för centrala begrepp, teorier och modeller som rör företags marknadsföringsplanering, konkurrens- och branschstrategier;
- relatera teorier och modeller inom området till varandra;
- exemplifiera och konkretisera hur modeller för marknadsplanering kan tillämpas i upprättandet av en marknadsföringsplan
- kritiskt diskutera och problematisera modeller och teorier inom området.

Undervisning

Kursen består av

- En föreläsningsserie som ger en översikt av de områden och frågeställningar kursen behandlar.
- Seminarier som skall förberedas i grupp enligt särskilda anvisningar.

Närvaro förutsätts vid vissa aktiviteter i kursen. Detta meddelas i de anvisningar som ges inför varje kursstart.

Undervisningen ges i mån av resurser. Föreläsningarnas och seminariernas innehåll framgår av information som finns tillgänglig på kursens hemsida inför varje kursstart.

Kunskapskontroll och examination

Kursen examineras på följande sätt:

- Examinationen sker löpande genom olika inlämningsuppgifter samt en individuell skriftlig tentamen.
- Den löpande examinationen består av förberedelser av och deltagande i kursens seminarieövningar. Resultatet från dessa kan komma att beaktas vid den skriftliga tentamen enligt anvisningar som meddelas vid kursstart.

Betygsättning

- Betygsättning i kursen anges enligt en sjugradig målrelaterad betygsskala där A – E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg.

Betygskriterier

- Betygskriterier anges i information som finns tillgänglig på kursens hemsida inför varje kursstart.

Kurskrav

För att erhålla slutbetyg på kursen krävs

- Lägst betyget E på samtliga i kursen ingående examinationsmoment.
- Närvaro och aktivt deltagande i kursens seminarier enligt anvisningar som finns tillgängliga på kursens hemsida, eller som meddelas vid kursstart.

Övrigt

Studierande som godkänts i prov på kursen får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

Övergångsbestämmelser

När kursen inte längre ges, eller när kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under de tre följande terminerna efter det att förändringen skett examineras enligt denna kursplan.

Begränsningar

Kursen får inte tillgodoräknas i examen samtidigt med sådan, inom eller utom landet genomgången och godkänd kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

Kurslitteratur

Kurslitteratur fastställs av Grundutbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen inför varje termin och redovisas i separat dokument.

I samband med beslutet om kursens inrättande har följande litteratur fastställts:

- Best, J. Roger: Market-Based Management
- Porter, Michael E, Competitive Strategy, Free P, US, 1998, ISBN: 0684841487 (senaste upplagan)
- Artiklar enligt senare anvisningar □

Eventuella förändringar i kurslitteraturen framgår av information på kursens hemsida.