



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap
Företagsekonomi

Kursplan

Beslut om inrättande av kursen

Kursplanen är fastställd av Fakultetsnämnden vid Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap, 2013-04-09 och gäller från höstterminen 2013 vid Karlstads universitet.

Kurskod: FEAD13

Business Marketing, 15.0 hp

(Business Marketing, 15.0 ECTS Credits)

Utbildningsnivå: avancerad nivå

Successiv fördjupning: A1N (Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav)

Undervisningsspråk

Undervisningen sker på engelska om icke svensktalande studenter eller lärare finns på kursen. Annars sker undervisningen på svenska.

Behörighetskrav

Företagsekonomi 90 hp varav minst 30 hp på G2F-nivå eller högre. Gymnasiets Engelska 6, Engelska B eller motsvarande.

Huvudområde

FÖA (Företagsekonomi)

Lärandemål

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

-visa fördjupade kunskaper i industriell marknadsföring sett ur olika perspektiv.

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

-självtständigt problematisera och analysera olika industriella marknadsföringsproblem i etablerade organisationer,

- i tal och skrift relevanta begrepp inom industriell marknadsföringsteori och

-reflektera över sitt eget lärande under kursen samt kunna redogöra och argumentera för sin egen syn på industriell marknadsföring.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs studenten kunna

-kritiskt granska egna såväl som andras vetenskapliga arbeten med avseende på teoretiska utgångspunkter och användandet av teorier vid tolkning och analys.

Kursens huvudsakliga innehåll

De olika perspektiv och forskningstraditioner som ingår i kursen presenteras genom föreläsningar och seminarier kring kurslitteraturen och vetenskapliga artiklar.

Kursen behandlar olika perspektiv på industriell marknadsföring, exempelvis

1. Introduktion till industriella marknader (The Business Environment)
2. Inköp (Supply Chain Management)
3. Hantering av kundrelationer (Managing Customer Relationships)
4. E-handel (E-commerce)
5. Marknadsundersökningar (Assessing Market Opportunities)
6. Innovation och produktutveckling (Innovation and Product/Service Development)
7. Marknadsstrategier (Business Marketing Strategy)
8. Tillverkningsindustrins tjänstefiering (Service Infusion in Manufacturing)
9. Prissättning (Pricing Strategy and Practice)
10. Marknadskommunikation (Business Market Communication)

Kurslitteratur och övriga läromedel

Se separat dokument.

Examination

Examination sker dels genom skriftlig tentamen, dels genom inlämningsuppgifter (PM) som presenteras och diskuteras vid obligatoriska seminarier.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

Kvalitetsuppföljning

Under och efter kursen sker en uppföljning av måluppfyllelse och förutsättningar för lärande i kursen. Dess främsta syfte är att bidra till förbättringar. Studenternas erfarenheter och synpunkter är ett av underlagen för granskningen, och inhämtas med hjälp av skriftlig kursvärdering och/eller kursvärderingsdiskussioner. Studenterna informeras om resultaten och eventuella beslut om åtgärder.

Kursbevis

Kursbevis erhålls på begäran av studenten.

Övrigt

Studenter som påbörjat en utbildning enligt den studieordning som började gälla 1993-07-01 skall fullfölja sina studier enligt den utbildningsplan de är antagna till.

Om de vid studiernas slut vill få ut ett kursbevis eller examensbevis enligt den nya studieordningen, som trädde i kraft 2007-07-01, skall de prövas mot de kriterier som karakteriserar denna studieordning.

Regler för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Karlstads universitet reglerar studenters och anställdas skyldigheter och rättigheter.