



Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT
Företagsekonomi

Kursplan

Beslut om inrättande av kursen

Kursplanen är fastställd av Fakultetsnämnden vid Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT, 2012-03-08 och gäller från höstterminen 2012 vid Karlstads universitet.

Kurskod: IEGA05

Industriell marknadsföring, 7.5 hp

(Industrial Marketing, 7.5 ECTS Credits)

Utbildningsnivå: grundnivå

Successiv fördjupning: G1N (Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav)

Undervisningsspråk

Svenska

Behörighetskrav

Antagen till civilingenjörsprogrammet med inriktning industriell ekonomi vid Karlstads universitet.

Huvudområde

IEA (Industriell ekonomi)

Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

- visa färdigheter i gruppssamarbete,
- visa färdigheter i rapportskrivande,
- visa förmåga att förklara och försvara resultat av analyser som gjorts utifrån praktikfall och andra uppgifter,
- visa förståelse för företagsekonomivetenskapens betydelse i ett samhällsperspektiv,
- grundläggande begrepp och teoribildningar inom marknadsföringsområdet, huvudsakligen utifrån ett företagsperspektiv,
- förstå behovet av en analys av företagets snabbt föränderliga omvärld, marknaden, och analysera informationsbehovet om marknadens förutsättningar,
- visa förtrogenhet med nya synsätt inom marknadsföringen,
- ha en djupare förståelse för företagetsmarknaden (B2B) utifrån ett relations- och nätverksperspektiv,
- ha fördjupade kunskaper om den moderna tjänsteekonomin,
- visa goda insikter om det marknadsrättsliga systemets relevans och dess implikationer för marknadsföringen och
- visa djupare förståelse för strategiska marknadsföringsfrågor.

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen handlar om begrepp, modeller och teoribildningar inom marknadsföringsområdet, huvudsakligen utifrån ett företagsperspektiv. Utgångspunkterna för att studera dessa är vilka aktörer som finns på olika typer av marknader och de aktiviteter dessa genomför. Marknadens förändringar och därtill hörande informationsbehov studeras särskilt. Kursen visar hur marknadsföringsämnet har utvecklats och nya synsätt presenteras och relateras till specifika marknadsföringsproblem. Kursen syftar därmed till att förmedla ett kritiskt

förhållningssätt till modern marknadsföringsteori. Studenten förväntas öka sin insikt och förståelse för strategiska marknadsföringsfrågor och marknadsföringens roll i affärsutvecklingsprocessen.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Se separat dokument.

Examination

Kursen examineras genom en salstentamen samt skriftlig och muntlig redovisning av praktikfall vid ett seminarium. Deltagande i seminariet är obligatoriskt.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Med beröm godkänd/Distinction (5), Icke utan beröm godkänd/Not without distinction (4), Godkänd/Pass (3) eller Underkänd/Fail (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 karaktäriserar denna studieordning.

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

Karlstads universitet 651 88 Karlstad
Tfn 054-700 10 00 Fax 054-700 14 60
information@kau.se www.kau.se