



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

Kursplan för:

Företagsekonomi GR (A), Marknadsföring, 7,5 hp

Business Administration Ba (A), Marketing 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	FÖ032G
Ämne/huvudområde	Företagsekonomi
Nivå	Grundnivå
Progression	(A)
Inriktning (namn)	Marknadsföring
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	G1N , Kursen ligger på grundnivå och har endast gymnasiala förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Samhällsvetenskap 100%
Ansvarig institution	Ekonomi, geografi, juridik och turism
Inrättad	2006-09-30
Fastställd	2007-04-18
Senast reviderad	2020-05-29
Giltig fr.o.m	2020-08-15

Syfte

Kursens syfte är att ge grundläggande kunskaper i marknadsföringsteori samt förståelse för dess tillämpning.

Lärandemål

Studenter ska efter fullföljd kurs

- ha tillgodogjort sig grundläggande kunskaper om marknadsföringens olika delområden och funktioner,
- förstå och behärska förekommande marknadsföringsbegrepp,
- på en grundläggande akademisk nivå kunna analysera marknadsföringsproblem,
- kunna jämföra och förstå skillnader mellan marknadsföring på olika slags marknader,
- kunna koppla ihop marknadsföringsteori med praktiska marknadsföringsproblem som företag normalt ställs inför,
- ha fått en inblick i hur akademiska arbeten skrivs och seminariebehandlas.
- kunna använda grundläggande sökteknik i någon/några för ämnet relevanta databaser.

Innehåll

Kursen avser marknadsföringsteori inriktad på både strategisk nivå och taktisk nivå.

Kursinnehållet behandlar varor och tjänster med avseende på marknadsföring mot konsumenten och företag.

I kursen ingår information av bibliotekspersonal om artikelsökning och databaser.

Behörighet

Grundläggande behörighet

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Undervisning

Campuskurs:

Undervisningen kan bestå av fysiska och digitala föreläsningar, gästföreläsningar, seminarier, olika former av övningar och näringslivsinslag samt utlagt material. Vid seminarier och näringslivsinslag gäller obligatorisk närvaro (vid eventuell frånvaro ges skriftlig kompletteringsuppgift). Undervisningsspråk kan vara svenska eller engelska.

Distanskurs:

Undervisningen kan bestå av digitala föreläsningar, digitala seminarier, utlagt material, någon form av näringslivsinslag och kommunikation i ett nätbaserat undervisningsprogram. Eventuella fysiska träffar är inte obligatoriska, förutom i de fall en skriftlig individuell salstentamen förekommer. Vid digitala seminarier gäller obligatorisk närvaro (vid eventuell frånvaro ges skriftlig kompletteringsuppgift). Tillgång till dator med internetuppkoppling krävs för fullgörande av de i kursen ingående uppgifterna. Undervisningsspråk kan vara svenska eller engelska.

Eget studentansvar: Studenten ansvarar själv för sitt eget lärande och förväntas självständigt söka information samt ta eget ansvar i såväl enskilda som gemensamma arbeten.

Begränsning av undervisningen: Lärarledd undervisning samt stöd från kursansvarig lärare erbjuds endast i samband med det kurstillfälle då studenten antas till kursen.

Examination

5010: Individuell skriftlig tentamen - , 6.0 hp

Betygsskala: 7-gradig betygsskala. A-F o Fx.

5011: Skriftlig inlämningsuppgift (inklusive seminariedeltagande) - , 1.5 hp

Betygsskala: U, G

5012: Näringslivsinslag - Praktisk tillämpning, 0.0 hp

Betygsskala: U, G

Campuskurs och Distanskurs:

Vid hemtentamen eller skriftlig inlämningsuppgift kan en kompletterande muntlig redovisning begäras av läraren för att studenten ska visa erforderliga kunskaper. Detta för att säkerställa att studenten är den faktiska avsändaren och författaren av det skriftliga arbetet.

Om student har ett beslut från samordnaren vid Mittuniversitetet om pedagogiskt stöd vid funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge anpassad examination för studenten.

Länk till ämnesspecifika betygskriterier: www.miun.se/betygskriterier.

Begränsning av examination

Studenter registrerade på denna version av kursplan har rätt att examineras 3 gånger inom loppet av 1 år enligt angivna examinationsformer. Därefter gäller examinationsform enligt senast gällande version av kursplan.

Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

Övrig information

Kursen kan även ingå i huvudområdet Medie- och kommunikationsvetenskap.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare/red:	Kotler, P., Armstrong, G. & Parment, A.
Titel:	Principles of Marketing Scandinavian Edition
Upplaga:	Senaste upplagan.
Förlag:	Pearson education limited

Vetenskapliga artiklar samt annat utdelat material.

Scientific articles and other written texts.