

Kursplan

Internationell handel och marknadsföring 15 högskolepoäng, Avancerad nivå 1

International Business and Marketing 15 Credits*, Second Cycle Level 1

Lärandemål

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- visa fördjupad kunskap om teorier och metoder för marknadsföring, särskilt med avseende på den internationella handeln. (1)

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- kritiskt analysera teorier om marknadsföring av varor och tjänster för internationella marknader. (2)
- genomföra internationell marknadsanalys för utveckling av marknadsföringsstrategier. (3)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- visa insikter om hur globaliseringen påverkar företag och marknadsföring ur ett etiskt perspektiv. (4)

Innehåll

Kursen behandlar de faktorer som driver ett företag eller en organisation att etablera någon form av aktivitet – export, import, förädling – på utländska marknader. Dessa faktorerers inverkan på företags och organisationers strategier för att etablera verksamheten kommer att diskuteras och analyseras relaterat till drivkrafter och andra påverkansfaktorer. För att få en förståelse för hur internationaliseringen påverkar företagen/organisationerna kommer vi inom kursen även att behandla hur det multinationella företaget kan organiseras. En ytterligare faktor som kommer att behandlas under kursen är hur marknaderna ser ut och

fungerar. I en globaliserad värld där systemändringar på hemmamarknaden och i andra länder i hög grad påverkar företag/organisationer är det viktigt att även behandla hur en marknad i förändring påverkar det internationella företaget/organisationen. Relaterat till detta är även vilken typ av produkter som säljs där olika produkter med olika karaktäristiska påverkar såväl strategier för marknadsföring, interaktioner som investeringar. Etiska frågor som rör internationell verksamhet kommer också att belysas under kursen.

Examinationsformer

Mål 1 och 2 kommer att examineras i form av en individuell PM (7,5 hp).

Mål 3 och 4 examineras i form av seminarier (7,5 hp) där studenter diskuterar vetenskapliga artiklar .

Arbetsformer

Föreläsningar och seminarier. Under seminarierna diskuterar studenterna vetenskapliga artiklar. Seminarierna föregås av att studenterna läser och sammanfattar de aktuella artiklarna. Studenterna kommer även att arbeta med att skriva en PM.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

Seminarier U-G.

För att erhålla VG på hela kursen krävs VG på PM uppgiften.

Förkunskapskrav

90 hp på grundnivå 1 varav kurserna Ekonomistyrning och Redovisning 15 hp, Organisation och Marknadsföring 15 hp samt Marknadsföring B 7,5 hp

Övrigt

Kursen ersätter FÖ 3009 Internationellt företagande och marknadsföring.

Ämnestillhörighet:

Företagsekonomi

Ämnesgrupp:

Företagsekonomi

Utbildningsområde:

Samhällsvetenskapliga området, 100%

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Företagsekonomi



D.nr: Du Ku 2015/77
Sida 3(3)
FÖ3036

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. A1N

Fastställd:

Fastställd 2015-02-26

Kursplanen gäller fr.o.m. 2015-05-12