

Kursplan

Marknadsföring C 7,5 högskolepoäng, Grundnivå 2

Marketing C 7.5 Credits*, First Cycle Level 2

Lärandemål

Kunskap och förståelse

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redogöra för centrala marknadsföringsteoriernas vetenskapliga ursprung och utveckling (1)
- redogöra för aktuella forskningsfrågor inom marknadsföringsområdet (2)

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- genomföra samt skriftligt och muntligt presentera en litteraturgenomgång inom ett valt område av marknadsföringsteori (3)
- identifiera och formulera relevanta frågeställningar inom marknadsföringsområdet samt kunna välja teorier, modeller och metoder för att analysera dessa (4)
- kritiskt granska och genomföra en opposition på ett vetenskapligt arbete (5)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- diskutera och reflektera över marknadsföringens samhälleliga och etiska aspekter (6)
- identifiera sitt behov av ytterligare kunskap för att kunna utveckla sin kompetens inom marknadsföringsområdet (7)

Innehåll

Kursen inleds med en genomgång av klassiska artiklar inom området och utifrån dessa följs marknadsföringsområdets olika utvecklingslinjer. Därefter genomförs en skriftlig litteraturgenomgång individuellt inom valt område. I genomgången ska aktuella forskningsfrågor inom området identifieras och utifrån dessa ska relevanta frågeställningar formuleras och förslag på teorier, modeller och metoder för att dessa ska kunna analyseras

ska ges. Litteraturgenomgången presenteras muntligt och diskuteras tillsammans med lärare och andra studenter i seminarieform.

Under kursen kommer även marknadsföringsteoriernas samhälleliga och etiska aspekter diskuteras i seminarieform. Vid diskussionen kommer även frågor kring studenternas vidare kompetensutveckling att behandlas. Diskussionerna kommer utgå från olika underlag till vilka studenterna får ta fram och diskutera olika argument.

Examinationsformer

Individuella skriftliga inlämningsuppgifter som diskuteras på seminarier, 3 hp (examinerar mål 1, 2)

Skriftlig individuellt utförd litteraturgenomgång samt seminarium med muntlig presentation och opposition, 3 hp (examinerar mål 3, 4, 5)

Seminarium med inlämningsuppgift, 1, 5 hp (examinerar mål 6, 7)

Arbetsformer

Föreläsningar och seminarier.

Betyg

Som betygsskala används U–VG.

Seminarium med inlämningsuppgift, U-G

Kursbetyg: För betyget Väl godkänd krävs VG på Individuella skriftliga inlämningsuppgifter och litteraturgenomgång.

Förkunskapskrav

Marknadsföring B, 7,5 hp, grundnivå

Vetenskap och metod I, 7,5 hp, grundnivå

Övrigt

Den som antagits till och registrerats på kursen har rätt att erhålla undervisning och/eller handledning under den tid som angavs i studiehandledningen för kurstillfället som den sökande blivit antagen till.

Studenterna ska kunna redogöra för sina insatser i gruppuppgifterna.

Eventuella restuppgifter och kompletteringar på seminarieuppgifter måste vara inlämnade senast vid de tidpunkter som anges i studiehandledningen.

Ersätter FÖ2021.

Ämnestillhörighet:

Företagsekonomi

Ämnesgrupp:

Företagsekonomi

Utbildningsområde:

Samhällsvetenskapliga området, 100%

Kursen kan ingå i följande huvudområde(n):

1. Företagsekonomi

Fördjupningsbeteckning för respektive huvudområde:

1. G2F

Fastställd:

Fastställd 2016-06-09

Kursplanen gäller fr.o.m. 2016-08-09