

Internationell marknadsföring, 7,5 hp

International marketing, 7,5 HE credits

Beslutad: 2021-03-05

Beslutande: Institutionen för Ekonomi och IT

Gäller från: H21

Kursens mål

Kursens syfte är att studenten ska nå fördjupad kunskap inom området internationell marknadsföring. Efter avslutad kurs ska studenten kunna följande:

Kunskap och förståelse

1. Visa kunskap och förståelse inom området internationell marknadsföring, dels avseende överblick över området och aktuell forskning, dels avseende fördjupade kunskaper inom vissa delar av området.

Färdighet och förmåga

2. Visa förmåga att kritiskt tolka och analysera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer inom området internationell marknadsföring med hänsyn till olika sociala, miljömässiga och ekonomiska aspekter inom ämnet;
3. Visa förmåga att genom tillämpning av relevanta metoder söka, samla in, värdera och kritiskt tolka relevant information inom området internationell marknadsföring;
4. Visa förmåga att muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina argument och slutsatser i enlighet med akademiska krav på innehåll, språk och form.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Visa förmåga att kritiskt diskutera vetenskapliga, samhällseliga och etiska aspekter av relevans för området internationell marknadsföring;
6. Visa förmåga att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer av relevans för området internationell marknadsföring.

Behörighetskrav

Kandidatexamen om 180 högskolepoäng med 90 högskolepoäng i huvudområdet företagsekonomi eller motsvarande.

Formerna för bedömning av studenternas prestationer

Kursen examineras genom individuell skriftlig tentamen (lärandemål 1, 4, 5 och 6) och inlämningsuppgift(er) med individuell muntlig presentation vid seminarium (lärandemål 1-6).

Närmare anvisningar, betygskriterier, och tidplan för samtliga bedömningsmoment för ordinarie examination samt omprövning delges studenterna skriftligt i kurs-PM vid kursens start.

Kursens innehåll

Kursen är uppdelad i tre huvudområden: analys, strategiutveckling och strategiimplementering.

Del 1 fokuserar på analyser av den globala omvärlden samt hur omvärlden påverkar företags verksamhet.

Del 2 inriktar sig mot internationella marknadsstrategier som finns tillgängliga för små, medelstora samt stora företag som gör det möjligt för dem att konkurrera på den globala marknaden.

Del 3 handlar om internationella kommunikations-, distributions- och prissättningsstrategier som stöder expansion samt etablering av företag på internationella marknader.

Kursen betonar sociala, miljömässiga och ekonomiska hänsynstaganden vid olika steg inom internationell marknadsföring.

Övriga föreskrifter

Betygskala: F/Fx/E/D/C/B/A - Otillräckligt, Otillräckligt - ytterligare prestationer krävs innan betyg kan ges, Tillräckligt, Tillfredsställande, Bra, Mycket bra, Utmärkt

Undervisningsspråk: Undervisningen bedrivs på engelska.

Generella regler för examination vid Högskolan Väst finns på www.hv.se.

Om den studerande har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning har examinator rätt att examinera den studerande i en anpassad examinationsform.

Nivå

Avancerad nivå

Successiv fördjupning

A1N - avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Huvudområde(n)

Företagsekonomi