

Marknadsföring II, Nät, 7,5 hp

Marketing II, Web, 7,5 HE credits

Beslutad: 2019-02-14

Beslutande: Institutionen för Ekonomi och IT

Gäller från: H19

Kursens mål

Kursen syftar till att ge studenten fördjupad kunskap inom området strategisk marknadsföring

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för olika teorier och aktuell forskning inom fältet strategisk marknadsföring
2. Redogöra för olika modeller och metoder för omvärldsanalys, marknadsanalys, kundanalys, konkurrentanalys och företagsanalys
3. Visa förståelse och reflektera över hur sociala, miljömässiga och ekonomiska hänsynstaganden kan bidra till hållbara företag och marknader
4. Redogöra för de olika stegen i planeringen av marknadsföring från analys till genomförande och kontroll

Färdighet och förmåga

5. Självständigt söka, samla in, värdera och kritiskt tolka information för planering av marknadsföringsrelaterade frågeställningar
6. Självständigt genomföra analyser av olika slag samt använda dessa analyser som underlag för utvecklingen av en hållbar marknadsföring

Värderingsförmåga och förhållningssätt

7. Kritiskt diskutera marknadsföringsplanering, frågor om hållbar marknadsföring samt vikten av affärsetiska riktlinjer för marknadsföring

Behörighetskrav

Fullgjorda kursfordringar om 22,5 högskolepoäng i företagsekonomi innefattande kursen Marknadsföring I 7,5 högskolepoäng eller motsvarande kunskaper.

Formerna för bedömning av studenternas prestationer

Kursen examineras genom:

- en individuell hemtentamen, 5 hp (lärandemål 1, 2, 3, 4)
- inlämningsuppgifter i grupp, 2,5 hp (lärandemål 5, 6, 7)

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

Kursens innehåll

Kursens huvudsakliga innehåll omfattar följande:

- behovet av strategiskt tänkande inom marknadsföring
- hållbar marknadsföring
- marknadsföringen ur ett strategiskt och helhetsperspektiv
- teorier och aktuell forskning inom fältet strategisk marknadsföring
- den strategiska marknadsföringsprocessen
- strategiska analyser (omvärldsanalys, marknadsanalys, kundanalys, konkurrensanalys och företagsanalys)
- utveckling och implementering av marknadsföringsstrategier

Övriga föreskrifter

Betygskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Undervisningsspråk: Undervisningen bedrivs på svenska.

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.

Överlappar annan kurs

MFB300

Nivå

Grundnivå

Successiv fördjupning

G1F - grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Huvudområde(n)

Företagsekonomi