



HÖGSKOLAN I GÄVLE

Marknadsföring B 7,5hp

Marketing B 7.5cr

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

Version

| Beslutad den | Gäller fr.o.m. |
|--------------|----------------|
| 2013-02-11 | HT2013 |
| 2014-02-26 | HT2014 |
| 2017-03-15 | VT2017 |
| 2018-03-28 | HT2018 |
| 2019-05-29 | VT2020 |

| | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| Fördjupning | G1F |
| Utbildningsnivå | Grundnivå |
| Kurskod | FEG240 |
| Högskolepoäng | 7,5hp |
| Huvudområde | Företagsekonomi |
| Ämnesgrupp | Företagsekonomi |
| Utbildningsområde | Samhällsvetenskapliga området 100.0% |

Mål

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- redogöra för begrepp och modeller inom marknadsföringsområdet och relatera dem till varandra.
- förklara marknadsföringens historiska utveckling och idégrunderna bakom traditionell och modern marknadsföring.
- redogöra för grunderna i kvantitativa forskningsmetoder och dess vetenskapliga grund.

Färdighet och förmåga

- identifiera och analysera skilda organisationers marknadsföringssituationer och

marknadsbeteenden.

- upprätta långsiktiga utvecklingsplaner för marknadsplanering och marknadsorientering i organisationer.
- planera, genomföra, skriftligt dokumentera och muntligt presentera en marknadsplan.
- använda kvantitativa metoder för att söka, samla, värdera och kritiskt tolka information från olika typer av källor.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- värdera organisationers marknadsföringssituation och marknadsbeteende och dess påverkan på omgivande samhället.
- värdera och jämföra sin egen marknadsplan med andras

| | | | | |
|---------------------------|---|-----------------------------|-------|-----------|
| Kursens innehåll | Detta är en problembaserad tillämpningskurs. Den fördjupar kunskapen om och tillämpningen av utvalda marknadsfrågor. Utifrån beskrivningar och analyser av olika företags marknads- och organisationsförhållanden diskuteras strategiska och operativa tillämpningar för att nå uppsatta mål. Kursen behandlar marknadsföringsfrågor utifrån ett helhetsperspektiv där långsiktigheten särskilt lyfts fram. Kursen ger också en orientering om forskningsmetoder inom marknadsföringsområdet. | | | |
| Undervisning | Föreläsningar, seminarier, tillämpningsövningar och handledning. | | | |
| Förkunskaper | Marknadsföring A. | | | |
| Examinationsform | Tentamen, skriftliga inlämningsuppgifter, muntliga redovisningar samt examinerande seminarier. | | | |
| Betyg | A, B, C, D, E, Fx, F | | | |
| Hållbar utveckling | Kursen har inslag av hållbar utveckling. | | | |
| Moment | | | | |
| | 0050 | Tentamen | 4hp | Betyg: UG |
| | 0080 | Skriftlig inlämningsuppgift | 2,5hp | Betyg: UG |
| | 0090 | Analys | 1hp | Betyg: UG |