



# HÖGSKOLAN I GÄVLE

## Strategic Marketing C 7,5 hp

Strategic Marketing C 7.5 cr

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

### Version

Beslutad den	Gäller fr.o.m.
2013-02-11	<a href="#">HT2013</a>
2016-11-09	<b>HT2016</b>

<b>Fördjupning</b>	G2F
<b>Utbildningsnivå</b>	Grundnivå
<b>Kurskod</b>	FEG341
<b>Högskolepoäng</b>	7,5 hp
<b>Huvudområde</b>	Företagsekonomi
<b>Ämnesgrupp</b>	Företagsekonomi
<b>Utbildningsområde</b>	Samhällsvetenskapliga området 100.0 %

### Mål

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

#### Kunskap och förståelse

- Beskriva och förklara koncept inom strategisk marknadsföring utifrån nuvarande och befintliga forskningstraditioner inom området.
- Beskriva utmaningar inom strategisk marknadsföring med avseende på miljöaspekter.
- Redogöra för centrala teorier och begrepp inom strategisk marknadsföring.
- Redogöra för vetenskapliga metoder inom strategisk marknadsföring.

#### Färdighet och förmåga

- Ur ett ledningsperspektiv identifiera och lösa problem inom strategisk marknadsföring baserat på information från praktiska tillämpningar.
- Skriftligt och muntligt kommunicera teoretiska analyser och förslag på lösningar på strategiska marknadsföringsproblem med fokus på professionella affärskontexter.
- Ur ett ledningsperspektiv identifiera, formulera och hantera utmaningar på individ- och gruppnivå inom strategisk marknadsföring.

## Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Kritiskt utvärdera och tillämpa olika vetenskapliga, etiska och samhällsliga perspektiv på strategiska marknadsföringsproblem.
- Upprätthålla ett kreativt och kritiskt förhållningssätt till metoder och traditioner inom strategisk marknadsföring.

### **Kursens innehåll**

Kursen består av tre delar:

Första delen består av arbete med att identifiera och analysera strategiska marknadsföringsproblem baserade på begränsad information från en organisation. Uppgiften är att tillämpa olika strategiska marknadsföringsidéer och verktyg i analysen och att därefter föreslå lösningar till de problem man har identifierat. Del två handlar om att presentera analyser och lösningsförslag på strategiska marknadsföringsproblem på ett övertygande och förståeligt sätt. Utmaningen är att behärska detta på ett professionellt sätt. Studenterna ges möjlighet att utveckla sina färdigheter inom detta område genom hela kursen såväl i grupp som individuellt och med coachande stöd från ansvarig lärare. Olika retoriska modeller och presentationstekniker prövas. Den tredje delen handlar om att kritiskt granska och utvärdera olika teorier inom strategisk marknadsföring. Utmaningen består i att identifiera modern forskning inom strategisk marknadsföring och tillämpa dessa i problemanalyserna.

### **Undervisning**

Föreläsningar, seminarier, praktiska övningar och coaching.

### **Förkunskaper**

Marknadsföring G1N (7,5 hp) och G1F (7,5 hp).

### **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**

0010 Sammanvägd examination

7,5 hp

Betyg: AF