KURSBESKRIVNING Course Description

Kurskod: PREMF01

Kursnamn: Marknadsföring (se läroplanen 2014)

Omfattning: 3 sp

Målgrupp: Årskurs II, utbildningen i produktionsekonomi inom ingenjörsutbildningen vid YH Novia

**Målsättning**: De studerande ska efter avlagd kurs vara förtrogna med marknadsföringens grundbegrepp och

 synsätt. De studerande känner till marknadsföringens konkurrensmedel och en marknads

 utvecklingsförlopp samt grundläggande fakta om den industriella marknaden. Den studerande

 har förståelse för marknadsföringen som verktyg, har en insikt i hur marknadsföringen organi-

 seras, kan utföra marknadsundersökningar, känner till lagstiftning kopplad till marknadsföring,

 det personliga försäljningsarbetet samt har vetskap om grundläggande taktiska marknads-

 föringsverktyg. Är medvetna om vad som gäller inom industriell försäljning i form av moderna

 grepp och verktyg samt är medvetna om och kan identifiera rapporteringssystem.

**Innehåll**: Begrepp, definitioner och synsätt

 Marknad, segmentering och köparkarakteristika samt lönsamhetsaspekten i affärer

 Konkurrensmedlen

 Marknadsundersökningsmetodik, den vetenskapliga approachen, marknadsforskning

 Lagstiftning

 Personlig försäljning, värdebaserad industriell försäljning och after sales aktiviteter

**Metoder**: Variation i metoderna, föreläsningar, övningar, handledning och försvar av en

marknadsundersökning inom industriella sektorn

Förkunskaper: Godkänd kurs i Företagsekonomi, minst 3 sp

Litteratur: Keller & Kotler & Hansen 2012, andra upplagan, *Marketing Management*, valda kapitel enligt

 examinatorns anvisningar. Patel & Davidson 2008, *Att planera och genomföra och rapportera*

 *en undersökning.* Magnusson & Forssblad 2009, *Marknadsföring i teori och praktik*. Skärvad &

 Olsson 2006, *Företagsekonomi 100* sidorna 67 - 155. Cheverton 2012, *Key Account*

 *Management.*

Examination: Aktivt deltagande, en skriftlig tentamen och en godkänd marknadsundersökning, skala 1 - 5.

 (se Kompetens- och bedömningsgrunder)

Tidpunkt: Årskurs II, se läroplanen 2014

Språk: Svenska

Anmärkningar -

Uppgjord av: Kontrollerad av: Godkänd av: Giltig i läroplan

SG 2.4.2014 PA PA/AC 2014

**KOMPETENS OCH BEDÖMNINGSGRUNDER** (Se YH Novias pedagogiska strategi 2012 - 2016).

Kurskod: PREMF01

Kursnamn: Marknadsföring (se läroplanen 2014)

 **Kompetenser** **Bedömningsgrunder**

 1 3 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Analytisk och logisk kompetens
 | Känner till att marknadsföringeninnehåller mycket statistik, bådeostrukturerad och strukturerad data som ska beskrivas och tolkas | Kan genomföra enkla marknadsunderökningar, samla in, bearbeta och rapportera data. Ska känna till den beskrivande och analytiska statistiken inom marknadsföringen | Kan beskriva teoribildning och utföra, rapportera och kommunicera resultat från marknadsundersökningar |
| 1. Intraprenöriell och entreprenöriell

 kompetens | Förstår marknadsföringen som en central aktivitet inom företag/ och olika sektorer i samhället | Kan beskriva 5 P faktorernas innebörd och verkan. Kan identifiera marknadsföringen som verktyg för företag och andra organisationer | Kan beskriva marknadsföringens roll i företaget såväl internt som externt |
|  1. Mångkunnighets-

 kompetens | Förstår att marknadsföring är en tvärvetenskaplig disciplin | Förstår marknadsföringens mång-dimensionalitet och möjligheter gällande varu- och tjänste- produktion | Kan använda insikter från olika discipliner för förståelse av marknadsskeenden |
|  1. Internationell

 kompetens | Känner till att marknadsföring på nationell nivå påverkas av intryck och regler som är internationella | Förstår behovet av att anpassa marknadsföringen enligt lokala- och internationella marknader. | Känner till hur marknads-information producerasoch kan göra enkla tolkningar |
|  1. Interaktions- och

nätverks kompetens | Inser förhållandet mellan affärsidé, marknad och de olika aktörerna i utbytesprocesser | Kan upparbeta grunderna för en enkel marknadsföringsplan och marknadsföringsbudget för hållbar och lönsam verksamhet | Kan ta initiativ till byggande av nätverk gällande införskaffande av marknadsinformation och allmänt utveckla företagets marknads-föring |

Uppgjord av: Kontrollerad av: Godkänd av: Giltig i läroplan \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ SG 3.4.2014 PA PA/AC 2014