

KURSBESKRIVNING

Course Description

Kurskod: PRE14MF02
Kursnamn: Exportmarknadsföring
Omfattning: 4 sp
Målgrupp: Produktionsekonomi

Målsättning:

Efter avslutad kurs skall de studerande självständigt kunna planera, delta i och utvärdera en exportsatsning. Den studerande skall känna till grundbegreppen, uppgifter och målsättning för internationell handel. Kunskap om handelsblocken i världen samt den europeiska integrationen. Kunskap om utvecklingstendenser och veta hur information kan inhämtas. Studeranden skall ha kunskap om regler och sedvänjor samt kunna namnge de viktigaste myndigheterna inom området.

Innehåll:

Internationell marknadsföring och strategimodeller. Den internationella marknaden. Marknadsundersökningar. Marknadsmix och prissättning, kundkrediter, rättsskydd och patent. Internationell marknadskommunikation, organisering av exportförsäljning, val av samarbetspartner, handelsstatistik, EU och OECD.

Metoder:

Föreläsningar, övningar, diskussioner, grupparbeten

Förkunskaper:

Inga förkunskaper krävs

Litteratur:

- * Engdahl, Carl-Axel. (2006). Internationell marknadsföring: i ett globalt perspektiv. Lund: Studentlitteratur.
- * Föreläsarens anvisade artikelmaterial

Examination:

Tentamen och ett större grupparbete

Tidpunkt:

Årskurs 3

Språk:

Svenska

Anmärkningar

Kurskod: PRE14MF02
Kursnamn: Exportmarknadsföring

Kompetenser

Bedömningsgrunder

	1	3	5
1. Analytisk och logisk kompetens	Kan beskriva exportmotiven för ett företag. Kan läsa internationell handelsstatistik och dokument för betalningsrörelse.	Kan analysera enkel statistik för internationell handel och nationalekonomisk data. Har grundläggande färdigheter i statistik och affärsjuridik och -matematik	Kan analysera och ta ställning till handelsstatistik. Kan identifiera exporthandlingar och kan grundläggande priskalkyl för både import och export.
2. Intraprenöriell och entreprenöriell kompetens	Känner till grundläggande utvärderingssystematik gällande risker och möjligheter beträffande exportsatsningar	Känner till grunderna för internationell marknadsundersökning. Har kunskap om internationella allianser, handelskamrar och mässarrangörer.	Kan beskriva behovet av internationalisering. Är medveten att export är ett alternativ för företag.
3. Mångkunnighets-kompetens	Förstår de grundläggande konkurrensmedlens användning vid exportsatsningar.	Kan använda kunskap från olika discipliner som redskap att ta reda på.	Använder kunskap från flera discipliner vid syntes
4. Internationell kompetens	Känner till internationell handelsstatistik och betalningsrörelse.	Är medveten om exportens betydelse och känner till exportföretag på nationell och regional nivå. Har grundläggande insikter om utrikeshandelsförbundet och regionala exportfrämjande organisationer	Kan presentera grundläggande kriterier vid utvärdering av internationell verksamhet.
5. Interaktions- och nätverks kompetens	Känner till kriterier för val av agenter och Distributionskanaler.	Kan uppjobba grundläggande beslutsunderlag gällande samarbete med nätverksaktörer	Känner till var man finner information, orienteringsmöjligheter och centrala samarbetspartner på den internationella arenan