



AVDELNINGEN FÖR HANDELSHÖGSKOLANS EKONOMPROGRAM

EKF202 Strategi och marknadsföring i ett globalt perspektiv, 15 högskolepoäng

Strategy and Marketing in a Global Context, 15 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Handelshögskolans ekonomprogram 2020-08-11 att gälla från och med 2021-01-17, vårterminen 2021.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100 %

Ansvarig institution: Avdelningen för Handelshögskolans ekonomprogram

Medverkande institution

Företagsekonomiska institutionen

Inplacering

Kursen ingår i ekonomie kandidatprogrammet under termin 4 för de studenter som valt företagsekonomi som huvudområde.

Kursen kan ingå i följande program: 1) Ekonomie kandidatprogram (S1EKA)

Huvudområde

Företagsekonomi

Fördjupning

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs minst 60 godkända högskolepoäng från ekonomie kandidatprogrammets tre första terminer eller motsvarande.

Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. beskriva och förklara grundläggande begrepp och teorier inom områdena internationellt företagande, marknadsstrategi och företagsstrategi,
2. beskriva och förklara empiriska tillämpningar inom områdena internationellt företagande, marknadsstrategi och företagsstrategi,

Färdigheter och förmåga

3. analysera marknadsstrategier och strategiarbete i ett globalt perspektiv,
4. tillämpa grundläggande kvalitativa och kvantitativa metoder, diskutera resultat och dra slutsatser om hur företag agerar i relation till internationellt företagande, marknadsstrategi och företagsstrategi,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. resonera kritiskt och självständigt kring etiska, ekonomiska, sociala och ekologiska hållbarhetsutmaningar som hänger samman med näringslivets globalisering.

Kursen är hållbarhetsfokuserad, vilket innebär att minst ett av kursens lärandemål tydligt visar att kursens innehåll uppfyller minst ett av Göteborgs universitets fastställda kriterier för hållbarhetsmärkning. Detta innehåll utgör även kursens huvudsakliga fokus.

Innehåll

Alla företag och organisationer, oavsett storlek och bransch, verkar i ett globalt sammanhang. Att leda och utveckla företag handlar idag därför om att kunna analysera och förstå hur globala förändringar sätter ramarna för företagets utveckling och om att kunna dra fördel av förändringar i företagets omvärld. Detta medför att utöver att förstå den underliggande ekonomiska strukturen i en bransch måste ledningen även förstå hur nya och outnyttjade marknadsområden skall kunna skapas för tillväxt.

Kursen tar sin utgångspunkt i teorier och modeller för företags- och marknadsstrategier och hur dessa strategier och aktiviteter möter företagets omvärld. Inledningsvis introduceras och illustreras kursens huvudsakliga teorier och modeller samt hur dessa samspelar med varandra. Därefter introduceras grundläggande begrepp och teorier inom området internationellt företagande och ett ramverk för byggande av företagets systematiska globala omvärldskunskap presenteras. Utgångspunkten är att företag i dagens ekonomi måste bygga en systematisk förståelse för den omvärld i vilken de verkar och hur de påverkas av globala ekonomiska förändringar.

I nästa steg skiftar fokus från företagens globala omvärld till innovativa affärs- och marknadsstrategier, d.v.s. hur företag och organisationer kan skapa hållbara och etiska förutsättningar för att konkurrera inom ramen för nya marknadsförutsättningar i en global och digital värld. Här tillhandahålls och avhandlas såväl grundläggande synsätt, teorier, begrepp som modeller, vilka krävs för att affärs- och marknadsstrategier ska kunna formas, värderas och sättas i handling.

Därpå växlar perspektivet från affärs- och marknadsstrategier till företagsstrategier och särskilt hur företagsstrategier formas i praktiken. Här visas att företagsstrategier formas genom både avsiktliga ledningsdrivna strategiaktiviteter och framväxande aktiviteter som över tid visar sig ha strategisk betydelse samt att framgångsrika företag lyckas hantera dessa aktiviteter parallellt.

I kursen kombineras således insikter från litteratur inom internationellt företagande, marknadsföring och företagsstrategi. Teorier och begrepp från dessa områden diskuteras specifikt i relation till hur de påverkas och formas av globala ekonomiska förändringar och social, ekonomisk och miljömässigt hållbar utveckling. Under kursens gång arbetar studenterna med ett fall där de tillämpar de olika teorierna och begreppen från litteraturen. Arbetet med fallet diskuteras i seminarier och slutresultatet presenteras i en rapport.

Sammantaget ger kursen en bred förståelse och kunskap kring det internationella företagandets villkor, hur globaliseringen gör att företagsledare ställs inför nya etiska utmaningar, samt hur företag och organisationer kan konkurrera och skapa innovativa förutsättningar för att utvecklas.

Former för undervisning

Föreläsningar, seminarier, deltagande i en temadag med fokus på hållbar utveckling samt deltagande i exkursion. Det är obligatorisk närvaro på seminarierna, exkursionen och hållbarhetsdagen. Hållbarhetsdagen gäller endast studenter antagna till en programutbildning vid Handelshögskolan.

Undervisningsspråk: engelska och svenska

Temadagen (*Sustainability Day – Responsibility*) hålls på svenska.

Former för bedömning

Lärandemål 1 examineras genom en individuell skriftlig tentamen.

Lärandemål 2 examineras genom skriftlig gruppinlämning, individuell skriftlig tentamen och exkursion.

Lärandemål 3, 4 och 5 examineras genom skriftlig gruppinlämning samt deltagande på seminarier.

Lärandemål 5 examineras genom deltagande i hållbarhetsdagen *Sustainability day - Responsibility*.

Frånvaro från obligatoriska moment kan ersättas med alternativa uppgifter.

Om student som underkänts två gånger på samma examinerande moment önskar byte av examinerator inför nästa examinationstillfälle, bör sådan begäran inlämnas skriftligt till institutionen och ska bifallas om det inte finns särskilda skäl däremot (HF 6 kap 22§).

Om student fått rekommendation från Göteborgs universitet om särskilt pedagogiskt stöd kan examinerator, i det fall det är förenligt med kursens mål och förutsatt att inte orimliga resurser krävs, besluta att ge studenten en anpassad examination eller alternativ examinationsform.

I det fall en kurs har upphört eller genomgått större förändringar ska student garanteras minst tre examinationstillfällen (inklusive ordinarie examinationstillfälle) under en tid av minst ett år, dock som längst två år efter det att kursen upphört/förändrats.

Betyg

På kursen ges något av betygen Utmärkt (A), Mycket bra (B), Bra (C), Tillfredsställande (D), Tillräcklig (E) och Underkänd (F).

Godkänt krävs på samtliga enskilda examinationsformer. En underkänd gruppinlämning kan kompletteras till ett godkänt betyg. Kursbetyget avgörs av en sammanvägning av resultatet på den skriftliga tentamen och gruppinlämningen.

Kursvärdering

Efter avslutad kurs sker kursvärdering i enlighet med Avdelningen för Handelshögskolans ekonomiprograms regler. Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.