



# FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN

## **FEK102 Företagsekonomi, Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng**

Business Administration, Marketing, 7.5 credits

*Grundnivå / First Cycle*

---

### **Fastställande**

Kursplanen är fastställd av Företagsekonomiska institutionen 2019-09-10 och senast reviderad 2022-05-24. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2022-08-29, höstterminen 2022.

*Utbildningsområde:* Samhällsvetenskapligt 100 %

*Ansvarig institution:* Företagsekonomiska institutionen

### **Inplacering**

Kursen ges som fristående kurs.

Kursen kan ingå i följande program: 1) Samhällsvetenskapligt miljövetarprogram (S1SMI), 2) Handelshögskolans logistikprogram (S1LOG) och 3) Europaprogrammet (S1EUR)

#### *Huvudområde*

Företagsekonomi

#### *Fördjupning*

G1N, Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

### **Förkunskapskrav**

Grundläggande behörighet och Engelska 6, Matematik 3b/3c, Samhällskunskap 1b/1a1+1a2.

### **Lärandemål**

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

1. Känna igen och identifiera vanliga problem som företag generellt ställs inför i sitt marknadsföringsarbete.
2. Förklara grundläggande begrepp och ha kunskap om hur olika delar i marknadsföringen är relaterade till varandra samt känna till olika synsätt på

- marknadsföring.
3. Beskriva grundläggande teorier, modeller och strategiska verktyg för marknadsföring.
  4. Analysera och värdera betydelsen av hållbar marknadsföring för olika företag och produkter.
  5. Värdera och kritiskt förhålla sig till vetenskapliga metoder i marknadsföring.

Examensmålen för en kandidatexamen relateras till kursens lärandemål.

Examensmål	Lärandemål
<i>Kunskap och förståelse</i>	1+2+4+5
<i>Färdighet och förmåga</i>	1+3+5
<i>Värderingsförmåga och förhållningssätt</i>	4+5

### Innehåll

I kursen förklaras och diskuteras centrala marknadsföringsbegrepp, modeller och teorier. Marknadsföring berör centrala frågor kring hur konsumenter, företag och organisationer "gör affärer" med varandra. För ett företag är kunskaper om kundens behov, liksom relationen till och samspelet med kunden, helt avgörande för dess lönsamhet och långsiktiga överlevnad. Inom både konsument- och producentmarknaden ökar antalet aktörer, vilket har lett till en allt hårdare konkurrens. Köparna kan ställa större krav och har som regel många alternativ att välja mellan. Det finns i dagsläget inget som talar för att dessa konkurrensförhållanden kommer att minska. För att marknader och företag ska kunna stå sig konkurrenskraftiga är det en förutsättning att kunna erbjuda något bra och helst unikt för kunden.

### Former för undervisning

Föreläsningar och handledning/studentkontakt.

*Undervisningsspråk:* svenska

Undervisning på engelska kan förekomma.

### Former för bedömning

Lärandemål 1-2 och 4-5 examineras genom 3 individuella duggor.

Lärandemål 2-5 examineras genom individuell skriftlig tentamen.

Om student som underkänts två gånger på samma examinerande moment önskar byte av examinator 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 examinator, 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. Vad avser praktik och verksamhetsförlagd utbildning gäller motsvarande, men med begränsning till endast ett ytterligare examinationstillfälle.

### **Betyg**

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

För ett godkänt kursbetyg krävs att samtliga lärandemål är uppfyllda. Det innebär godkänd skriftlig tentamen (A-E) och godkända duggor (G). Betyget på kursen (A-F) utgörs av den individuella prestationen på tentamen.

### **Betyg (Benämning) Karakteristik:**

A (Utmärkt) Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräcklig) Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

F (Underkänd) Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala UG (underkänt/godkänt).

**Kursvärdering**

Kursvärdering sker anonymt digitalt via kursens hemsida alternativt via skriftlig enkät som delas ut i anslutning till det sista schemalagda lektionstillfället eller i anslutning till tentamen. Resultatet av kursvärderingen skall kommuniceras via kursnämnd och kurshemsida.

Resultatet och eventuella förändringar i kursens upplägg ska förmedlas både till de studenter som genomförde värderingen och till de studenter som ska påbörja kursen.