



## FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN

### **FEK201 Företagsekonomi, Strategisk marknadsföring, 7,5 högskolepoäng**

Business Administration, Strategic Marketing Management, 7.5 credits

*Grundnivå / First Cycle*

---

#### **Fastställande**

Kursplanen är fastställd av Företagsekonomiska institutionen 2019-09-10 och senast reviderad 2020-02-25. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2020-08-31, höstterminen 2020.

*Utbildningsområde:* Samhällsvetenskapligt 100 %

*Ansvarig institution:* Företagsekonomiska institutionen

#### **Inplacering**

Kursen ges som fristående kurs.

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

#### *Huvudområde*

Företagsekonomi

#### *Fördjupning*

G1F, Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

#### **Förkunskapskrav**

För tillträde till kursen krävs att studenten genomgått FEK101 Företagsekonomi, Organisation och ledarskap, 7,5 hp, FEK102 Företagsekonomi, Marknadsföring, 7,5 hp, FEK103 Företagsekonomi, Externredovisning, 7,5 hp och FEK104 Företagsekonomi, Ekonomistyrning, 7,5 hp alternativt FEG100 Företagsekonomi 1, 30 hp, eller motsvarande kurs.

## Lärandemål

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

1. redogöra och utvärdera vetenskaplig metod, relevanta teoretiska begrepp, modeller och redskap som är relaterade till strategisk marknadsföring.
2. applicera och kommunicera denna kunskap samt använda vetenskapliga metoder, begrepp, modeller och redskap, i samband med företags och verksamheters strategiska marknadsföringsproblem.

Examensmålen för en kandidatexamen relateras till kursens lärandemål.

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

## Innehåll

Kursen möjliggör för deltagarna att lära sig kunskaper och färdigheter som är relaterade till strategiska marknadsföringsbeslut. Kursen handlar om strategiska marknadsföringsprocesser där den omgivande miljön och marknaden tolkas, strategier formas, värderas och sätts i handling. Det grundläggande antagandet är att marknadsföringsstrategier är viktiga framgångsfaktorer för alla mänskliga handlingar och nyckeln till att skapa konkurrensfördelar inom ramen för ett förändrat medielandskap. Kursen tillhandahåller en rad modeller och redskap, t.ex. marknadsplan, vilka är användbara vid strategiska marknadsföringsbeslut.

Kursen syftar till att skapa förutsättningar för deltagarna att lära sig och applicera viktiga vetenskapliga metoder, begrepp och praktiker för marknadsföringsstrategier och hur de används inom en rad olika kontexter. Kursen ger en inblick i viktiga marknadsbeslut vad gäller att balansera resurser och marknadsföringsstrategier med hänsyn till möjligheter på marknaden. Kursen betonar därför vikten av att applicera teori i samband med beslutsfattande, förmågan att utveckla kritiskt tänkande och färdigheter vad gäller problemlösning. Kursen tar upp grundläggande vetenskapliga metoder, begrepp och synsätt inom marknadsföring som utvecklats i relation till sociala, kulturella och ekonomiska förändringar i samhället.

**Former för undervisning**

Kursen består av föreläsningar, seminarier och övningar. Formerna för litteraturseminarier, övningar och skriftlig tentamen anges i studieanvisningar. Det är obligatorisk närvaro på samtliga examinationsmoment och seminarier.

*Undervisningsspråk:* svenska

Undervisning på engelska kan förekomma.

**Former för bedömning**

Lärandemål 1; examineras genom litteraturseminarier och en vetenskaplig projektrapport som genomförs i form av en skriftlig tentamen.

Lärandemål 2; examineras genom litteraturseminarier, övningar och en vetenskaplig projektrapport som genomförs i form av en skriftlig tentamen.

En tentamen som inte når upp till godkänt betyg kan antingen kompletteras eller bedömas vara av sådan kvalitet att en helt ny tentamen måste skrivas.

Komplettering kan endast göras för att nå högst betyget Tillräcklig (E). Om komplettering ej sker inom föreskriven tid blir tentamen underkänd och en ny tentamen kan göras vid nästa tillfälle kursen ges.

Student som inte närvarar vid obligatoriska seminarier och övningar måste komplettera inom föreskriven tid.

Av resursskäl kan litteraturseminarier och övningar endast genomföras och examineras inom ramen för kurstillfället.

Om studenten har ett beslut från Göteborgs universitet om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinatorn rätt att ge ett anpassat prov.

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

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).

För ett godkänt kursbetyg krävs att samtliga lärandemål är godkända. Det innebär att det krävs godkänd skriftlig tentamen (A–E) och godkända litteraturseminarier och övningar (G). De obligatoriska momenten i kursen måste också vara uppfyllda. Betyget på kursen (A-F) baseras på 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.