HÖGSKOLAN
I SKÖVDE

KURSPLAN

Marknadsföringens grunder A1N

7,5 högskolepoäng

Kurskod: FÖ726A
Revisionsnummer: 3
Gäller från: 2026-07-01
Beslutad av: Utbildningskommittén för handel och företagande
Beslutsdatum: 2025-10-08

1. Allmänt om kursen

Kursen ges av Högskolan i Skövde och benämns Marknadsföringens grunder A1N (Marketing Fundamentals A1N). Omfattningen är 7,5 högskolepoäng (hp). Kursen är på avancerad nivå och har fördjupningsnivå A1N.

Kursen ingår i huvudområdet företagsekonomi. Kursens utbildningsområde är samhällsvetenskap.

2. Behörighetskrav

För att vara behörig till programmet krävs en kandidatexamen eller yrkesexamen om minst 180 högskolepoäng (eller motsvarande kunskaper).

Vidare krävs godkänt betyg i Engelska 6 eller Engelska nivå 2 (eller motsvarande kunskaper). Motsvarande kunskaper visas normalt genom ett internationellt erkänt språktest, till exempel IELTS eller TOEFL.

3. Innehåll

Kursens övergripande målsättning är att bidra till utveckling av studentens kunskap om marknadsföringsteorier. Fokus ligger på klassiska och samtida teorier samt marknadsföring som vetenskap.

Kursinnehållet är strukturerat i moduler med teoretiska utvecklingsfaser som utgångspunkt. Inflytelserika vetenskapliga artiklar samlas i specifika moduler på teman som marknadsföringsklassiker, relationsmarknadsföring, tjänstemarknadsföring, hållbar marknadsföring och aktuell teoriutveckling.

Kursens lärandemål uppnås genom gruppuppgifter, seminariepresentationer och diskussioner, som visar på utveckling av förmågan att sammanfatta, presentera och diskutera kurslitteraturen. Den avslutande individuella uppgiften avser att reflektera studentens lärande med avseende på kursen som helhet.

4. Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- beskriva och jämföra centrala teorier inom ämnet marknadsföring,

Färdighet och förmåga

- analysera systematiskt och syntetisera relevanta marknadsföringsteorier,
- tillämpa relevanta teorier inom marknadsföring vid analys av empiriska fenomen,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- reflektera kring och utvärdera relevans av marknadsföringsteori för samhällsutveckling,
- kritiskt diskutera centrala teorier inom marknadsföring.

5. Examination

Kursen bedöms med betygen A (Utmärkt), B (Mycket bra), C (Bra), D (Tillfredställande), E (Tillräcklig) eller F (Underkänd).

Kursen har följande examinationsmoment:

- **Individuell uppgift**
  4,5 hp, betyg: A/B/C/D/E/F (bestämmer betyg på hel kurs)
- **Gruppuppgift och seminarier**
  3 hp, betyg: G/U

Studenter med varaktig funktionsnedsättning som har fått beslut om riktat pedagogiskt stöd kan erbjudas anpassad examination.

6. Undervisningsformer och undervisningsspråk

Undervisningen består av seminarier och föreläsningar.

Undervisningen bedrivs på engelska.

7. Kurslitteratur och övriga läromedel

Ett urval av vetenskapliga artiklar inom området.

8. Studentinflytande

Studentinflytande i kursen säkerställs genom kursvärdering. Studenterna informeras om resultatet av kursvärderingen och eventuella åtgärder som genomförts eller planeras, grundat på kursvärderingen.

9. Övrigt

På Högskolan i Skövdes webbplats finns ytterligare information om kursen samt nationella och lokala styrdokument för högskoleutbildning.