HÖGSKOLAN
I SKÖVDE

KURSPLAN

Strategisk marknadsföring A1F

7,5 högskolepoäng

Kurskod: FÖ727A
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 Strategisk marknadsföring A1F (Strategic Marketing A1F). Omfattningen är 7,5 högskolepoäng (hp). Kursen är på avancerad nivå och har fördjupningsnivå A1F.

Kursen ingår i huvudområdet företagsekonomi. Kursens utbildningsområde är samhällsvetenskap.

2. Behörighetskrav

Kursen har följande behörighetskrav: genomgången FÖ724A Affärsutveckling A1N eller genomgången FÖ726A Marknadsföringens grunder A1N (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

Kursen syftar till att utveckla studenters teoretiska och praktiska kunskaper om affärsutveckling ur ett strategiskt marknadsföringsperspektiv. Kursmålen uppnås genom studentgruppsuppgift, seminariepresentation och en avslutande individuell reflektionsuppgift.

Gruppuppgiften är en marknadssimulering. Varje studentgrupp utvecklar sin egen affärsverksamhet på en simulerad marknad och konkurrerar med andra studentgrupper. På detta sätt utvecklar studenterna praktiska färdigheter i affärsutveckling, med fokus på strategisk marknadsföring, utveckling av nya produkter, marknadsledning, planering och prognoser, efterfråge- och kostnadsmanagement, investeringar, konkurrens och budgetering.

Efter avslutad gruppuppgift, presenterar studentgrupperna reflektioner och analyser av sina simulationsföretags prestationer. I den avslutande individuella reflektionsuppgiften ska varje student analysera sin erfarenhet av simuleringen med hjälp av begreppen och ramverken i kurslitteraturen.

4. Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- beskriva, jämföra och kontrastera centrala begrepp, modeller och processer som används i strategisk marknadsföringspraktik och -teori,

Färdighet och förmåga

- analysera centrala begrepp, modeller och processer som används i strategisk marknadsföringspraktik och -teori,
- tillämpa relevanta begrepp, modeller och processer inom strategisk marknadsföring på relevanta empiriska fenomen,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- reflektera kring och utvärdera relevansen av centrala begrepp, modeller och processer inom strategisk marknadsföring i förhållande till samhällsutveckling,
- kritiskt granska och reflektera kring akademiska bidrag inom strategisk marknadsföringslitteratur.

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 reflektionsuppgift**
  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 föreläsningar, seminarier och en affärssimulation.

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.