HÖGSKOLAN
I SKÖVDE

KURSPLAN

Marknadsföring I G1N

7,5 högskolepoäng

Kurskod: FÖ141G
Revisionsnummer: 11
Gäller från: 2023-07-01
Beslutad av: Utbildningskommittén för handel och företagande
Beslutsdatum: 2022-11-01

1. Allmänt om kursen

Kursen ges av Högskolan i Skövde och benämns Marknadsföring I G1N (Marketing Management I G1N). Omfattningen är 7,5 högskolepoäng (hp). Kursen är på grundnivå och har fördjupningsnivå G1N.

Kursen ingår i huvudområdet företagsekonomi. Kursens utbildningsområde är samhällsvetenskap.

2. Behörighetskrav

Grundläggande behörighet (eller motsvarande kunskaper).

3. Innehåll

Kursens övergripande syfte är att introducera studenten till ämnet marknadsföring. Kursen behandlar grundläggande teorier, strategier, praktiker och principer inom marknadsföring, marknadsföringssynens utveckling i ett historiskt perspektiv, marknadsföringsproblem i olika organisationer, möjligheter och begränsningar för marknadsföring samt marknadsföringens roll i samhället.

Kursen fokuserar samtidigt på den senaste utvecklingen inom fältet marknadsföring och presenterar nya trender, så som hållbarhetsperspektiv, digital marknadsföring och delningsekonomi.

De perspektiv som denna kurs erbjuder behandlas i ett antal gruppuppgifter där kunskap tillämpas och presenteras i skriftlig och muntlig form.

4. Mål

Studenten ska efter avslutad kurs kunna:

Kunskap och förståelse

- definiera grundläggande begrepp, modeller och teorier inom marknadsföring,
- visa förståelse för begrepp, modeller och teorier inom marknadsföring genom att förklara och exemplifiera dem,

Färdighet och förmåga

- tillämpa kunskaper inom marknadsföring på teoretiska och praktiska problem skriftligt och muntligt,
- utföra en vetenskaplig analys inom företagsekonomi,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- motivera och argumentera för valet av handlingsalternativ,
- kritiskt reflektera kring och utvärdera valda handlingsalternativ.

5. Examination

Kursen bedöms med betygen VG (Väl godkänd), G (Godkänd) eller U (Underkänd).

Examinationsmomentet Salstentamen bestämmer slutbetyget för kursen. Slutbetyget utfärdas först när alla examinationsmoment är godkända.

Kursen har följande examinationsmoment:

- **Salstentamen**
  5 hp, betyg: VG/G/U
- **Inlämningsuppgifter och seminarier**
  2,5 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, handledning och obligatoriska seminarier med kritisk granskning och reflektion.

Undervisningen bedrivs på svenska. Viss undervisning på engelska kan förekomma.

7. Kurslitteratur och övriga läromedel

Eriksson, L.T. & Wiedersheim-Paul, F. (2014). *Att utreda forska och rapportera* (10:e uppl.). Stockholm: Liber. ISBN 9789147111695.

Kotler, P., Armstrong, G., & Parment, A. (2022). *Marknadsföring: Teori och tillämpningar* (3:e uppl.). Pearson. ISBN 9781292404530.

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.