



Kursplan för:

Företagsekonomi GR (C), Internationell marknadsföring, 7,5 hp

Business Administration Ba (C), International Marketing, 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	FÖ075G
Ämne/huvudområde	Företagsekonomi
Nivå	Grundnivå
Progression	(C)
Inriktning (namn)	Internationell marknadsföring
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	G1F , Kursen ligger på grundnivå och fordrar mindre än 60 hp kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Samhällsvetenskap 100%
Ansvarig avdelning	Avdelningen för ekonomivetenskap och juridik
Inrättad	2006-09-30
Fastställd	2009-04-02
Senast reviderad	2015-04-02
Giltig fr.o.m	2015-08-15

Syfte

Kursens syfte är att ge deltagarna fördjupade kunskaper om den internationella marknadsföringens villkor och förutsättningar, med särskild tonvikt vid kulturkompetens och personliga relationers betydelse.

Lärandemål

Studenter ska efter fullföljd kurs ha fått fördjupade kunskaper om marknadsföring och tvärkulturella relationer på internationella marknader. Insikt ska ha erhållits om de speciella krav som ställs vid internationella affärsförhandlingar och vid den anpassning av marknadsföringen som är nödvändig för att företag ska kunna sälja sina produkter på utländska marknader. Studenterna ska även ha förstått vikten av att utveckla och vidmakthålla goda relationer till utländska representanter och kunder. En god analytisk förmåga och teoretisk mognad rörande ämnesområdet ska ha uppnåtts under kursen, liksom förmågan att kunna applicera dessa teoretiska kunskaper på olika praktiska situationer. Studenternas vetenskapliga kunskaper ska, genom att skriva kurspapper och delta vid seminarier, ha lyfts till en nivå som innebär att deltagarna efter fullföljd kurs normalt sett ska vara redo att därefter klara av att skriva en kandidatuppsats i ämnet.

Innehåll

Kursen ger kunskaper om:

- företags internationaliseringsprocess och etablering på utländska marknader
- kulturella skillnader och problem vid internationell marknadsföring
- personliga relationers avgörande betydelse vid internationella affärer
- internationella affärsförhandlingar
- företagande på världsmarknaden.

Behörighet

Företagsekonomi GR (A/B) minst 52,5 hp, varav minst 22,5 hp avklarade från GR (B).

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Undervisning

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier där kurslitteraturen presenteras, analyseras och diskuteras. Obligatorisk närvaro vid seminarier. Gästföreläsningar kan förekomma. Kursen ges på engelska.

Examination

Examination sker genom tentamen och inlämningsuppgifter.

Länk till ämnesspecifika betygskriterier: www.miun.se/betygskriterier

Begränsning av examination

Studenter antagna till tidigare version av kursen har rätt att examinera 3 gånger inom loppet av 2 år enligt den kursplanen. Därefter överförs studenterna till denna kursplan.

Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare/red: Hofstedt, Geert
Titel: Cultures and Organizations. Intercultural cooperation and its importance for survival . Software of the mind
Upplaga: senaste upplagan
Förlag: Harper Collins Publishers

Författare/red: Hollensen, Svend
Titel: Global Marketing. A decision-oriented approach
Upplaga: senaste upplagan
Förlag: Pearson Edu. Lim.

Vetenskapliga artiklar samt annat utdelat material tillkommer.

Scientific articles and other written texts will be added.