



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

**IBUA21, International Business: Internationell  
marknadsföring, 7,5 högskolepoäng**  
*International Business: International Marketing, 7.5 credits*  
Grundnivå / First Cycle

---

### Fastställande

Kursplanen är fastställd av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen 2016-12-14 och senast reviderad 2018-05-21 av Institutionsstyrelsen vid Företagsekonomiska institutionen. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2018-05-21, höstterminen 2018.

### Allmänna uppgifter

IBUA21 är en kurs i företagsekonomi som ges på grundnivå.

*Undervisningsspråk:* Engelska

*Huvudområde*

International business

*Fördjupning*

G1N, Grundnivå, har endast gymnasiala förkunskapskrav

### Kursens mål

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

#### Kunskap och förståelse

- Beskriva nyckelkoncept inom kulturvetenskap som påverkar internationella marknadsstrategier.
- Identifiera och förklara vikten av globala och lokala mönster inom marknadsföringsbeslut, konsumentbeteende och marknadskommunikation.

#### Färdighet och förmåga

- Koppla teoretisk förståelse med verkliga internationella marknadsföringssituationer.
- Applicera relevanta teoretiska ramverk för att identifiera, utvärdera och lösa verkliga internationella marknadsföringsproblem.

- Visa förmåga på i att jobba i mångkulturella team.

### **Värderingsförmåga och förhållningssätt**

- Jämföra och kontrastera standardiserat kontra anpassat beslutsfattande inom internationella marknadsföringsstrategier.
- Kritisk utvärdera och diskutera alternativa lösningar till internationella marknadsföringsproblem och effektivt bedöma konsekvenserna av internationella marknadsföringsbeslut.

## **Kursens innehåll**

Kursen består av fyra delar. Den första delen av kursen ägnas åt att skapa förståelse för kultur och dess dynamiska natur. I de resterande delarna av kursen kommer diverse betydande domäner inom marknadsföring introduceras och deras koppling till kulturella skillnader skildras. Den andra delen ger studenten möjligheten till att skapa förståelse för hur konsumentbeteende påverkas av globala och kulturella mönster. I den tredje delen diskuteras marknadsföringsbeslut avseende 4P-modellen (produkt, plats, pris och promotion) i ljuset av interkulturella marknadsföringsstrategier. Slutligen, i den fjärde och sista delen av kursen presenteras problem relaterade till marknadskommunikation (t.ex. branding och reklam) i en interkulturell miljö.

## **Kursens genomförande**

Kursen består utav en mix av föreläsningar och seminarier. Föreläsningarna presenterar de teoretiska koncept och förståelse som är relevanta för ämnet, likväl verkliga exempel som förenklar förståelsen av litteraturen. Seminarierna är utformande för att skapa engagemang hos studenterna gällande kursinnehåll och genomförs i form utav fallstudier där studenterna hanterar verkliga situationer som internationella marknadsförare kan möta. Det här följs utav presentation av potentiella lösningar genom att analysera och förklara kopplingarna mellan fall och relevant litteratur. Seminarierna är även utformade för att utveckla och stärka färdigheter relevanta för studenters framtida karriärer som internationella marknadsförare, exempelvis genom att väl kunna hantera skrivande, kritiskt tänkande, presentationer och gruppdiskussioner. Kopplingen mellan de teoretiska föreläsningarna och verkliga situationer är vidare utvecklade genom gästföreläsare från företag som arbetar på internationella marknader.

## **Kursens examination**

Se separat bilaga med provkoder/examinationsmoment.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

*Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.*

## Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

**Betyg** (Benämning) Poäng alt. % av maxpoäng. Karakteristik.

**A** (Utmärkt) 85-100. Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

**B** (Mycket bra) 75-84. Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

**C** (Bra) 65-74. Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

**D** (Tillfredsställande) 55-64. Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

**E** (Tillräckligt) 50-54. Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

**U** (Otilräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala G/U (godkänt/underkänt).

*Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas gentemot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat. Vid bevisat fusk kan påföljden bli avstängning från studier vid Lunds universitet under en viss tid.*

## Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt Matematik 3b eller 3c och Samhällskunskap 1b eller 1a1+1a2.

## Övrigt

Studenter som är antagna till kandidatprogrammet in International Business är berättigade till att läsa kursen. För att bli antagen till kursen som fristående måste studenten minst uppfylla de allmänna antagningskraven samt ha Matematik C och Samhällsvetenskap A avklarade från svensk gymnasieskola eller liknande.

Vid nedläggning av kursen: Vid nedläggning av kursen kommer, inom tre terminer efter kursens nedläggning, att erbjudas tre extra tillfällen för examination av respektive examinationsmoment i kursen till studenter med ett icke godkänt resultat. Observera att efter detta kan du få intyg bara på de examinationsmoment som du är klar med

## Prov/moment för kursen IBUA21, International Business: Internationell marknadsföring

Gäller från H20

- 2003 Gruppuppgift, 2,5 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 2004 Skriftlig tentamen, 5,0 hp  
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A

Gäller från H19

- 1901 Gruppuppgifter, 2,5 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1902 Hemtentamen, 5,0 hp  
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A