



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

## **BUSN20, International Marketing and Strategy, 7,5**

### **högskolepoäng**

*International Marketing and Strategy, 7.5 credits*

**Avancerad nivå / Second Cycle**

---

### **Fastställande**

Kursplanen är fastställd av Institutionsstyrelsen vid Företagsekonomiska institutionen 2013-11-19 och senast reviderad 2026-04-29 av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen. Den reviderade kursplanen träder i kraft 2026-04-30 och gäller från och med höstterminen 2026.

### **Allmänna uppgifter**

Magisterkurs och obligatorisk kurs på magisterprogrammet International Marketing & Brand management. Kursen är även valbar. Kan endast sökas inom program.

*Undervisningsspråk:* Engelska

*Huvudområde*    *Fördjupning*

Företagsekonomi A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

### **Kursens mål**

#### **Kunskap och förståelse**

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan redogöra för och förklara centrala modeller inom området internationell marknadsföring och strategi
- Kan redogöra för olika steg och utmaningar som ingår i internationella marknadsföringsaktiviteter

#### **Färdighet och förmåga**

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan applicera relevanta teorier för att angripa praktiska problem inom området internationell marknadsföring och strategi
- Förstår och kan förklara de grundläggande antaganden och synsätt som de applicerade teorierna är baserade på.
- Har en förmåga att kommunicera på engelska angående centrala aspekter, problem och ämnen inom området, såväl muntligt som skriftligt.
- Kan följa utvecklingen av fältet internationell marknadsföring genom tidskriftsartiklar och forskningsorienterade böcker såväl som genom populärpress.
- Kan arbeta både individuellt och som medlem i en grupp studenter från olika kulturer för att såväl lösa praktiska problem som hanterar ett mera omfattande projekt.

### **Värderingsförmåga och förhållningssätt**

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan välja ut och utvärdera olika teorier och deras förhållande till specifika praktiska problem.

### **Kursens innehåll**

Kursens målsättning är att göra studenter bekanta med de viktigaste områdena, begreppen och teoretiska modellerna inom det breda ämnet internationell marknadsföring och strategi, och att förse dem med en allmän förståelse för de olika utmaningar som måste hanteras av företag som operera på internationella marknader. Detta inkluderar att ge studenterna en god teoretisk förståelse av området såväl som en förmåga att analysera och lösa praktiska problem relaterade till området internationell marknadsföring och strategi. Detta sker genom falldiskussioner och/eller olika slags empiriska illustrationer som ges av gästande praktiker.

Kursen fokuserar på de olika strategiska aspekter som är relevanta för internationell marknadsföring och ämnar att förse studenterna med en teoretisk och praktisk insikt i dynamiken i den internationella marknadsföringsprocessen. Den betonar de strategiska aspekterna inom internationell marknadsföring och förståelsen för olika kritiska faktorer och steg i internationaliseringsprocessen. Det inkluderar följande teman:

- Beslut för och sätt att träda in på nya marknader
- Det inflytande som kulturella aspekter har på internationell marknadsföring
- Balansen mellan anpassning och standardisering
- Marknadsinformation och analys för nya marknader
- Strategiutveckling och marknadspositionering på utländska och internationella marknader
- Egenskaper och utmaningar som finns på marknader i olika delar av världen.
- Hur företag kan utveckla sitt sociala ansvarstagande på internationella marknader
- Komplexiteten i strategiskt beslutsfattande som rör internationella marknader

## Kursens genomförande

Undervisningen sker genom föreläsningar och gruppdiskussioner som involverade lärare ansvarar för. Kursens upplägg och formerna för examination kräver att studenten närvarar kontinuerligt och arbetar löpande med olika uppgifter. Härutöver erbjuds studenterna gästföreläsningar med företrädesvis praktiker som har ledande befattningar inom olika slags företag som arbetar internationellt.

## Kursens examination

Bedömning av student sker på basis av praktikfallsövningar, uppgifter, seminariediskussioner samt en avslutande tentamen.

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 studentstöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

## Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna: U=Otillräckligt, E=Tillräckligt, D=Tillfredsställande, C=Bra, B=Mycket bra, A=Utmärkt  
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 (Otillräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygskala GU (godkänt/underkänt).

Om det i kursens examination ingår skriftlig salstentamen: En student som är underkänd efter två tentamenstillfällen på den skriftliga salstentamen har möjlighet att begära kompletteringsuppgift. Betyg på denna kompletteringsuppgift är U eller E. Denna komplettering ska göras senast terminen efter den termin som studenten var registrerad på kursen.

*Lunds universitet ser allvarligt 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

Studenter som är antagna till magisterprogram som ges av Företagsekonomiska institutionen där denna kurs är obligatorisk eller valbar, är kvalificerade för kursen. För andra studenter krävs 60 HP i företagsekonomi i vilka en grundkurs i Företagsekonomi ska inkluderas, t.ex. FEKA90 Företagsekonomi en introduktion eller motsvarande.

## Övrigt

Övergångsbestämmelser: Kursen BUSN20 överensstämmer med kurserna BUSM01, BUSM81 eller BUS801. Endast en av dessa kurser kan ingå i samma examen.

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.