



Ekonomihögskolan

BUSN20, International Marketing and Strategy, 7,5 högskolepoäng

International Marketing and Strategy, 7.5 credits
Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Institutionsstyrelsen vid Företagsekonomiska institutionen 2013-11-19 och gällde från och med 2014-01-02 , höstterminen 2014.

Allmänna uppgifter

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

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Företagsekonomi

Företagsekonomi

Fördjupning

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

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 redovisa och förklara centrala modeller inom internationell marknadsföring och strategi - fältet.
- Kan redovisa de olika steg och utmaningar som ingår i utövande av internationell marknadsföring.

Färdighet och förmåga

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan applicera relevanta teorier genom att anta praktiska problem inom internationell marknadsföring och strategi.
- Kan förstå och förklara grundläggande antaganden och uppfattningar som de aktuella teorierna är baserade på.
- Har en förmåga att kommunicera både muntligt och skriftligt på engelska kring frågor, debatter och problem inom området .
- Kan följa utvecklingen inom det internationella marknadsföringsområdet via såväl artiklar och forskningsorienterade böcker som via populärvetenskapliga artiklar.
- Kan arbeta både individuellt och i team med studenter från olika kulturer med att lösa praktiska problem och att leda omfattande projekt.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan välja och utvärdera olika teorier i relation till specifika praktiska problem.

Kursens innehåll

Målet med kursen är att göra studenterna bevandrade i de huvudsakliga områdena, konstruktioner och teoretiska modeller inom det breda ämnet internationell marknadsföring och strategi, samt att ge dem en allmän förståelse av de olika utmaningar som företag på den internationella marknaden har att hantera. Detta innefattar att ge studenterna en gedigen teoretisk kunskap inom området samt en förmåga att analysera och lösa praktiska problem relaterade till internationell marknadsföring och strategi.

Kursen fokuserar på de olika strategiska aspekter som är relevanta för internationell marknadsföring och syftar till att ge studenten en teoretisk och praktisk insikt i dynamiken inom den internationella marknadsföringsprocessen. Kursen betonar de strategiska aspekterna av internationell marknadsföring och förståelse för olika kritiska faktorer och steg i internationaliseringsprocessen. Detta omfattar följande teman:

- Entry decisions and different entry modes.
- The influence of culture on international marketing. The balance between adaptation and standardization.
- Market intelligence and analysis for new markets.
- Strategy development and market positioning on foreign and international markets.
- Characteristics and challenges of markets in different parts of the world.

Strategiska frågor som kommer att behandlas är sådana som är speciellt viktiga för den internationella marknadsföringsprocessen och för att positionera verksamheten på olika marknader. Fokus kommer att läggas på hur strategiska aspekter påverkar beslut om marknadsföring inom organisationer. Studenterna får möjlighet att träna förståelsen för komplexiteten i strategiska beslut gällande internationella marknader och nya främmande marknader genom casestudier och/eller empiriska illustrationer.

Kursens genomförande

Undervisningen bygger framför allt på föreläsningar och caseövningar i grupp. Strukturen på kursen och grunden för betygsättning kräver regelbunden närvaro och fortlöpande arbete med olika uppgifter.

Kursens examination

Bedömning och examination baseras på caseövningar, arbetet med uppgifter och seminariediskussioner.

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

Betyg

Betygskalan 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 otilräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas emot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat.

Förkunskapskrav

Studenter antagna till ett program där denna kurs kan ingå är behöriga till kursen. För övriga studenter krävs minst 90 HP i Företagsekonomi i vilket en baskurs i företagsekonomi måste ingå, (som FEKA90 Grundkurs i företagsekonomi eller motsvarande).

Speciella inträdeskrav:

Kursen förutsätter djuplodad kunskap i Armstrong, Gary & Kotler, Philip (senaste upplagan) Marketing – An Introduction, Prentice Hall (eller en annan standard introduktionsbok i marknadsföring). Studenter bör kunna visa kunskap i segmentation, approaches to market, produkter, prissättning, promotion and

distribution, vid slutexamina och i andra arbetsuppgifter.

Övrigt

Kursen BUSN20 kan inte kombineras med BUSM01, BUSM81 eller BUS801 i en examen.

Prov/moment för kursen BUSN20, International Marketing and Strategy

Gäller från H11

1101 International Marketing and Strategy, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A