



Ekonomihögskolan

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

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen 2016-12-14 och gällde från och med 2016-12-14, höstterminen 2017.

Allmänna uppgifter

IBUA21 är en kurs i företagsekonomi som ges på grundnivå.

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

- Visar prov på kunskap och förståelse inom internationell marknadsföring, inklusive kunskap om ämnets grunder, kunskap om applicerbara metoder inom internationell marknadsföring, såväl som en medvetenhet om aktuella forskningsområden.

Färdighet och förmåga

- Visar färdighet att kunna söka efter, insamla, utvärdera och kritiskt granska relevant information för att lösa ett problem formulerat inom international marketing, och även kritiskt kunna diskutera marknadsföringsfenomen, problem, och situationer.
- Visar färdigheter vad gäller att självständigt identifiera, formulera, och lösa marknadsföringsproblem och att utföra uppgifter inom givna tidsramar.
- Visar färdighet vad gäller att presentera och diskutera information, problem, och lösningar muntligt och i skrift samt i dialog med en varierande publik, t.ex. studenter med olika bakgrund

- Visa färdigheter i att leda arbete och att arbeta i multikulturella team/grupper.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Visar färdigheter i att göra bedömningar inom internationell marknadsföring, utifrån kunskap om relevanta disciplinära, sociala och etiska aspekter.

Kursens innehåll

Kursens har inledningsvis ett fokus på enbart konsumentmarknadsföring (B2C). Mot kursens slut kommer man även att gå in på industriell marknadsföring (B2B). Kursen kommer att fokusera på hur kunskapen om, och verktygen från, dessa två marknadsföringsperspektiv används i internationella marknadsföringssituationer som till exempel internationella produktlanseringar, internationell distribution/återförsäljarnätverk, och internationell varumärkesstyrning.

Kursens genomförande

Undervisningen sker genom en blandning av föreläsningar och studentledda seminarier. Föreläsningarna är tänkta att förklara en del av de mer svårförstådda begreppen ur litteraturen, och ge kontext och struktur. För att ge kontext används exempel och praktikfall från verkliga händelser i företag, och gästföreläsare från relevanta företag med positioner som är nödvändiga för företagets marknadsföringsfunktioner. Seminarierna är studentledda, men överses och betygsätts (G/U) av en lärare. Målet med seminarierna är att underlätta studenterna eget lärande genom att få dem att engagera sig i litteraturen genom att analysera och förklara kopplingen mellan praktikfallet och den relevanta litteraturen/begreppen.

Kursens examination

Se separat bilaga med provkoder/examinationsmoment.

Provmoment 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 (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 betygsskala G/U (godkänt/underkänt).

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

Grundläggande behörighet samt Matematik 3b/3c, Samhällskunskap 1b/1a1+1a2 eller Matematik C, Samhällskunskap A (områdesbehörighet 4/A4)

Övrigt

Studenter som är antagna till International Businessprogrammet, är kvalificerade för kursen. För studenter som läser kursen som fristående kurs krävs, åtminstone, grundläggande behörighet samt Matematik C och Samhällskunskap A.

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 H17

- 1601 Skriftlig tentamen, 6,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1602 Seminarier, 1,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd