



## KURSPLAN

# Industriell marknadsföring, 6 högskolepoäng

*Industrial Marketing, 6 credits*

---

Kurskod:	TLPK15	Utbildningsnivå:	Grundnivå
Fastställd av:	VD 2015-02-09	Utbildningsområde:	Tekniska området (95%) och samhällsvetenskapliga området (5%)
Gäller fr.o.m.:	2015-08-01	Ämnesgrupp:	IE1
Version:	1	Fördjupning:	G1F
Diarienummer:	JTH 2015/1447-313	Huvudområde:	Industriell organisation och ekonomi

---

## Lärandemål

Efter genomgången kurs skall studenten:

### *Kunskap och förståelse*

- visa kunskap och förståelse om marknadsföring och dess roll i en industriell verksamhet, innefattande kunskap om grundläggande begrepp inom industriell marknadsföring, metoder och modeller samt orientering om aktuella forskningsfrågor
- visa kunskap och förståelse om utformning, ledning och utveckling av industriell verksamhet med fokus på marknadsföring

### *Färdighet och förmåga*

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant marknadsinformation
- visa förmåga att kritiskt diskutera relevanta marknadsföringsproblem och –lösningar
- visa förmåga att identifiera, formulera och analysera relevanta marknadsföringsproblem
- visa förmåga att planera och genomföra marknadsanalyser
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för en marknadsanalys
- visa förmåga att genomföra ett självständigt arbete inom marknadsföring
- visa förmåga att utforma, leda och utveckla industriell verksamhet genom att analysera ett företags marknadsmix, dra relevanta slutsatser därav och föreslå möjliga åtgärder
- visa förmåga att föreslå och jämföra olika alternativ för utformning, ledning och utveckling av industriell verksamhet ur ett marknadsföringsperspektiv, samt bedöma konsekvenser risker för olika alternativ

### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

- visa på förmågan till ett kritiskt förhållningssätt till ett företags marknadsföringsarbete med fokus på moral, etik och samhällsansvar

## Innehåll

Kursen ger fördjupade kunskaper och förmågor inom industriell marknadsföring.

Kursen innehåller följande moment:

- Grundläggande marknadsföringsbegrepp
- Betydelsen av relationer, nätverk och strategier inom industriell marknadsföring

- Likheter och skillnader mellan konsumentmarknadsföring och industriell marknadsföring
- Beståndsdelar och genomförandet av en marknadsanalys inkl. alternativa metoder för att samla in marknadsinformation
- Entreprenöriellt förhållningssätt till industriell marknadsföring kopplat till innovation, risk och osäkerhet
- Interaktion mellan leverantörer, producenter och kunder och dess betydelse för industriell marknadsföring
- Kopplingen mellan industriell marknadsföring och supply chain management
- Kundvärde
- Organisationers köpbeteende
- Kopplingen till övriga delar inom en organisation – R&D, HR, produktion & ekonomi
- Socialt ansvarstagande och kopplingen till marknadsföring – corporate social responsibility (CSR)
- Industriell marknadsföring på en internationell marknad
- Etiska och juridiska aspekter

## Undervisningsformer

Kursen är uppbyggd kring föreläsningar, seminarier och grupphandledningstillfällen.

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

## Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet samt genomgången kurs i Industriell ekonomi, 9 hp (eller motsvarande kunskaper).

## Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen 5, 4, 3 eller Underkänd.

Examinationen sker genom en skriftlig tentamen samt inlämningsuppgifter.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Examination	6 hp	5/4/3/U

## Kurslitteratur

### Litteraturlista

Kurslitteraturen fastställs en månad före kursstart.

Ellis, Nick (2010) Business-to-Business Marketing. Relationships, Networks and Strategies, Oxford. ISBN: 9780199551682.

Övrig litteratur, såsom vetenskapliga artiklar kan komma att komplettera kursens litteratur under kursens gång.