



## Kursplan

### FÖ0151.1 Marknadsföring, 7.5 hp

#### Marketing

Version 1 i Slukurs. Motsvarar version 1 i Ladok

#### Kursplan fastställd

2004-04-27

Versionen gäller mellan våren 2004 och hösten 2008

Versionen är inte en modulversion

#### Ämnen

Företagsekonomi

#### Utbildningens nivå

Grund

#### Moduler

Benämning	Kod	Hp
Enda modul	0101	7.5

#### Fördjupning

#### Betygsskala

Godkänd / Icke godkänd

Kraven för kursens olika betygsgrader framgår av betygskriterier, som redovisas i bilaga till kursplanen. Aktuell information om betygskriterier ska finnas tillgänglig senast vid kursstart.

#### Språk

Svenska

## **Förkunskapskrav**

Antagen till jägmästar- eller skogligt magisterprogram.

## **Mål**

Kursens övergripande syfte är att ge grundläggande kunskaper i de uppgifter som är kopplade till marknadsföringsfunktionen i ett varu- eller tjänsteproducerande företag. Inom denna ram skall momentet ge:

- kunskaper om marknadsföring som ämnesområde samt därtill hörande delområden
- fördjupade kunskaper om marknadsföring enligt marketing-mix synsättet
- grundläggande kunskaper om marknadsföring av tjänster och service management
- grundläggande kunskaper i marknadsföringslagstiftningen och annan lagstiftning som anger ramarna för olika marknadsföringsåtgärder
- studenterna träning i aktiv hantering av marknadsföringsproblem.

## **Innehåll**

Kursen betonar olika strategiska, taktiska och operativa modeller för bearbetning av en marknad. Detta innebär en fokusering på marknadsföringsfunktionens kopplingar till aktörer som kunder och konkurrenter. Dessutom beaktas de interna relationerna mellan marknadsföringsfunktionen och övriga funktioner i företaget och de krav dessa relationer ställer på informationsöverföring, planering och organisation.

Kursen är inriktat mot två marknadsföringsteoretiska inriktningar marketing-mix synsättet samt tjänstemarknadsföring. Marketing-mix synsättet innefattar en traditionell syn på marknadsföring där en marknad bearbetas genom de fyra konkurrensmedlen produkt, pris, plats (distribution) samt påverkan. Den sammansättning som väljs avseende dessa konkurrensmedel anger företagets marketing-mix och därmed valet av metod för företagets marknadsbearbetning.

Tjänstemarknadsföring och service management beaktar skillnader mellan varor och tjänster samt de krav detta medför för marknadsföring av tjänster. I detta avseende presenteras modeller vilka beaktar dels behovet av att med traditionella konkurrensmedel bearbeta marknaden, dels kravet på hantering av kundrelationer i tjänsteföretaget.

Samhällets krav på marknadsföring uttrycks bl a i marknadsföringslagstiftningen. Kursen behandlar därför den svenska marknadsföringslagstiftningen som anger de juridiska ramarna för olika marknadsföringsaktiviteter.

## **Genomförande**

Kursens olika områden bearbetas genom föreläsningar och case. Casediskussionerna behandlar olika praktiska marknadsföringsproblem. Syftet med dessa är att öka förståelsen för marknadsföring som område genom att träna studenterna i att hantera modeller och att söka information.

Föreläsningar ca 50 tim

Övningar ca 50 tim

## **Examination**

### **Fordringar för godkänd kurs**

Caseuppgifter samt skriftlig tentamen. Kompletteringar av caseuppgifter och andra obligatoriska uppgifter skall ske senast två veckor efter momentets slutdatum.

Godkända caseuppgifter samt godkänd skriftlig tentamen.

- Om studenten inte blivit godkänd på ett prov har examinatorn rätt att ge en kompletteringsuppgift – om det finns skäl för det och om det är möjligt.
- Om studenten har ett beslut från SLU om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinatorn rätt att ge ett anpassat prov eller låta studenten genomföra provet på ett alternativt sätt.
- Om denna kursplan ändras, eller om kursen läggs ner, ska SLU besluta om övergångsregler för examination av studenter som antagits enligt denna kursplan och ännu inte blivit godkända.
- För examination av självständigt arbete (examensarbete) gäller dessutom att examinatorn kan tillåta studenten att göra kompletteringar efter inlämningsdatum. Mer information finns i utbildningens regelsamling

## **Övriga upplysningar**

Kursen ges i samarbete med Umeå university.

- Rätten att delta i undervisning och/eller handledning gäller endast det kurstillfälle som studenten blivit antagen till och registrerad på.
- Om det finns särskilda skäl, har studenten rätt att delta i moment som kräver obligatorisk närvaro vid ett senare kurstillfälle. Mer information finns i utbildningens regelsamling.

**Ansvarig institution/motsvarande**

Institutionen för skogsekonomi

**Kompletterande uppgifter**

*Fastställt av:* Programkommitté skog och mark