

**Marknadsföring , 10.0 hp**

Marketing, 10.0 credits

Forskarutbildningskurs

7FIEI17

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling

Gäller från: Andra halvår 2023

**Fastställd av**  
Prefekt

**Fastställdedatum**  
2020-10-04

**Reviderad av**  
Prefekt

**Revideringsdatum**  
2023-11-13

**Diarienummer**  
IEI-2023-00601

## Behörighetskrav

Antagen till forskarstudier. Kursen vänder sig främst till forskarstuderande inom industriell ekonomi (industriell marknadsföring) och företagsekonomi (som har företräde vid överteckning) och näraliggande ämnen.

Forskarstuderande vid IEI har förtur till kursen.

## Lärandemål

Syftet med kursen är att fördjupa och bredda studenternas kunskaper om forskning inom marknadsföring, genom att ge en överblick över områden och inriktningar genom diskussion av olika forskningsartiklar. Artiklarna ska spegla bredden av forskningsområdet både vad gäller ämnesinriktning och forskningsmetod.

Kunskap och förståelse

Efter kursen ska den forskarstuderande:

- kunna redogöra för och visa förståelse för olika delområden inom marknadsföring,
- kunna redogöra för och visa förståelse för olika teoretiska och empiriska perspektiv samt metodologiska angreppssätt.

Färdigheter och förmåga

Efter genomgången kurs ska den forskarstuderande

- ha förmåga att beskriva och analysera olika forskningstraditioner inom marknadsföring,
- visa förmåga att utifrån teoretiska antaganden identifiera och formulera olika problem och frågeställningar,
- visa färdigheter och förmåga till vetenskaplig analys och syntes samt självständig kritisk granskning och bedömning av olika företeelser och frågeställningar inom marknadsföring.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter genomgången kurs ska den forskarstuderande:

- kunna kritiskt analysera och värdera forskning inom marknadsföring,
- kunna resonera om olika teoretiska och metodologiska möjligheter, begränsningar, likheter och skillnader inom olika forskningstraditioner inom marknadsföring.

## Kursinnehåll

I kursen behandlas de olika områdena inom marknadsföring, genom att i seminarieform diskutera och analysera artiklar från ämnets olika områden – marketing science, consumer behavior och marketing strategy. Fokus kommer att ligga på marketing strategy.

## Undervisnings- och arbetsformer

Undervisning sker i form av seminarier. Vid varje seminarietillfälle så diskuteras ett urval av artiklar och analyseras gemensamt i seminariegruppen.

Kursdeltagarna förväntas att inför varje seminarium ha läst de aktuella artiklarna och inkommit med en ca tvåsidig reflektion över de aktuella artiklarna (denna skriftliga reflektion ska inte utgöra en sammanfattning utan tydligt knyta an till kursens målformuleringar) baserat på ett antal diskussionsfrågor.

Kursen ges på svenska och/eller engelska.

## Examination

Lärandemål examineras via skriftliga bidrag till presentations- och seminariediskussioner, aktivt deltagande vid dessa tillfällen. Närvaro vid presentationer och seminarier förväntas alltså. Viss frånvaro kan accepteras, dock skall alla skriftliga moment genomföras.

## Betygsskala

Tvågradig skala

## Kurslitteratur

Anges vid kursstart.

## Övrig information

Kursen beaktar lika villkor och har som mål att ta tillvara de resurser som studenter med olika bakgrund, livssituation och kompetens tillför utbildningen.

Litteraturlista och schema fastställs i annan ordning.

Kursutvärdering ska göras av kursansvarig efter varje kurstillfälle.

Resultatet av kursutvärderingen ska kommuniceras till deltagarna för denna kursomgång och kommande kursomgång samt Forskarutbildningsrådet vid IEI.