



## MARKNADSFÖRING OCH EKONOMI

MIO670

### Marketing and Economy

**Antal poäng:** 6. **Betygskala:** TH. **Kursansvarig:** Ingela Elofsson,

ingela.elifsson@iml.lth.se. **Förkunskapskrav:** Se delkurs Marknadsföring.

**Prestationsbedömning:** Som slutbetyg erhålls medelvärdet av delbetygen på delkurserna.

**Övrigt:** Kursen indelas i delkurserna Industriell ekonomi och Marknadsföring.

#### Mål

Industriell ekonomi ger en orientering om företagets ekonomistyrning samt förmåga att identifiera, beskriva och lösa ekonomiska problem. Marknadsföring ger fördjupad kunskap i marknadsföring. Teoretiska och praktiska föreställningsramar, begrepp, metoder och tekniker diskuteras och praktiseras. Slutmålet är att skapa en god bas i ämnet för att komplettera och utveckla multimedeaingenjörens övriga kompetensområden.

---

## Marknadsföring och ekonomi / Industriell ekonomi

0199

**Antal poäng:** 3. **Betygskala:** UG. **Obligatorisk för:** IMM3. **Prestationsbedömning:**

Praktikfall samt skriftlig tentamen.

#### Mål

Delkurs ger en orientering om företagets ekonomistyrning samt förmåga att identifiera, beskriva och lösa ekonomiska problem. Delkursen skapar förutsättningar för att integrera ekonomiska aspekter i tillämpade tekniska ämnen.

#### Innehåll

I kursen ingår följande moment:

- Företagets affärsidé och organisation
- Marknadsföring
- Produktkalkylering och lönsamhetsbedömning
- Investeringskalkylering
- Ekonomisk redovisning och räkenskapsanalys
- Finansiering och budgetering

#### Litteratur

Olsson, J & Skärvad, PH: *Företagsekonomi 99*, Liber 1997, ISBN 91-47-04159-5.

Möller, J: *Övningar i industriell ekonomi*, Liber 1998, ISBN 91-23-01718-X.

**Antal poäng:** 3. **Betygskala:** UG. **Obligatorisk för:** IMM3. **Förkunskapskrav:** Obligatoriska moment i delkurs Industriell ekonomi. **Prestationsbedömning:** Skriftlig tentamen. **Övrigt:** Obligatoriska lektionspraktikfall.

### Mål

Delkursen ger fördjupad kunskap i marknadsföring. Teoretiska och praktiska föreställningsramar, begrepp, metoder och tekniker diskuteras och praktiseras. Slutmålet är att skapa en god bas i ämnet för att komplettera och utveckla multimediaingenjörens övriga kompetensområden.

### Innehåll

Kursen innehåller marknadsföringens "olika skolor" ∅ en helhetsbild, industriell- och konsumentmarknadsföring, målgruppen och analys av "de 6 O:na", marknadsföringsprocessen, affären och värdeskapande processen: marknadsföringens utgångspunkt, nyckeltermen och redskap, marknadsplanering, marknadsfunktionens organisation samt industriell marknadsföring.

### Litteratur

Asplund: *Kurskompendium LTH/HBG 99*.

Kotler, P & Armstrong, G: *Marketing, An introduction*, Prentice-Hall 1999, ISBN 0-13-012771-X.