



Kursplan för höstterminen 2003

MARKNADSFÖRING OCH EKONOMI

MIO670

Marketing and Economy

Antal poäng: 6. **Betygskala:** TH. **Kursansvarig:** Ingela Elofsson, Ingela.Elofsson@iml.lth.se, Produktionsekonomi. **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 multimedieingenjörens övriga kompetensområden.

Innehåll

I delkurs 1 ingår följande moment: Företagets affärsidé och organisation. Marknadsföring. Produktkalkylering och lönsamhetsbedömning. Investeringskalkylering. Ekonomisk redovisning och räkenskapsanalys. Finansiering och budgetering.

Delkurs 2 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

Se resp delkurs.

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 2000, ISBN 91-47-0432-X.

Möller, J: Övningar i industriell ekonomi, Liber 2000, ISBN 91-47-06050-6.

Marknadsföring och ekonomi / Marknadsföring

0299

Antal poäng: 3. Betygskala: UG. Obligatorisk för: IMM3. Prestationsbedömning: Skriftlig tentamen.

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 2002, ISBN 0-13-0351334..