



EKONOMI OCH HANDEL

MIO071

Economics and Trade

Antal högskolepoäng: 4,5. **Betygskala:** TH. **Nivå:** G2 (Grundnivå, fördjupad).
Undervisningsspråk: Kursen ges på svenska. **Överlappar följande kurs/kurser:** MIO350, MIO350 och MIOF01. **Obligatorisk för:** I2. **Valfri för:** M4. **Kursansvarig:** Ola Alexanderson, Ola.Alexanderson@iml.lth.se, Produktionsekonomi. **Förkunskapskrav:** MIO012 Industriell ekonomi AK. **Prestationsbedömning:** Skriftlig tentamen av kursens litteratur och godkända seminarieuppgifter. Slutbetyget baseras på tentamensresultatet. **Obligatoriska moment:** aktivt deltagande i seminarier. **Övrigt:** Kursen får inte ingå i examen samtidigt med kursen MIO350 Ekonomi och handel för TM. **Hemsida:** <http://www.iml.lth.se/pm/>.

Syfte

Kursen ska ge deltagarna grundläggande kunskaper om de drivkrafter som skapar och förändrar den globala ekonomiska kartan samt ge kännedom om utvecklingstendenser och konsekvenser såväl på regional och nationell som på internationell nivå. Kursen ska även ge grundläggande kunskap om företagets marknadsföringsfunktion, marknadsstrategi samt praktisk tillämpning av målmarknadsföring.

Mål

Kunskap och förståelse

För godkänd kurs skall studenten

- förstå och kunna beskriva hur lokala, regionala, nationella och internationella betingelser påverkar förutsättningarna för företags verksamhet.
- ha kännedom om marknadsföringens grundläggande modeller, som beskriver de strategiska såväl som de operativa marknadsaktiviteterna.

Färdighet och förmåga

För godkänd kurs skall studenten

- självständigt kunna analysera och beskriva de konsekvenser som förändringar i omvärlden får för företagets konkurrenskraft. I kursens andra moment ska teknologen kunna beskriva och värdera företagets marknadsaktiviteter.
- kunna använda etablerade facktermer och på ett tydligt sätt kommunicera med olika funktioner inom och utom företaget. Genomgången kurs ska utgöra en god bas för fortsatta studier inom området.

Innehåll

Kursen omfattar två moment.

I det första görs en genomgång av den globala ekonomiska kartan. Där behandlas den teknologiska utvecklingen, multinationella företag och stater och hur dessa bidrar till internationalisering av ekonomiska aktiviteter. Vidare presenteras förklarande teorier och modeller för produktion, handel och internationella investeringar. Delkursen ger även en analys av faktorer som kan förklara regionala och nationella miljöers fortsatta betydelse för tillväxt och konkurrenskraft.

Det andra kursmomentet tar upp företagets marknadsföring. Speciell vikt läggs vid målmarknadsföring, och de olika arbetsmoment som ingår där. Momentet bygger på den omvärldskunskap som ges av kursmoment ett, och hur olika betingelser i affärsmiljön påverkar utformning av marknadsstrategi och dess konkurrensmedel. Kursen behandlar konsument- och industriell marknadsföring.

Kursens undervisningsformer utgörs primärt av föreläsningar. Dessa kompletteras av två obligatoriska seminarier som behandlar global ekonomi respektive marknadsföring.

Litteratur

Dicken, P.: Global Shift. Sage Publications (senaste upplagan)

Introduktion till marknadsföring, avd. för produktionsekonomi, LTH (senaste upplagan).

Kompendier