



LUNDS UNIVERSITET
Lunds Tekniska Högskola

Kursplan för kalenderåret 2005

AFFÄRSMARKNADSFÖRING

MIO150

Business Marketing

Antal poäng: 4. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** I4XMF. **Valfri för:** I3XIE, M3, INEK4. **Kursansvarig:** Ola Alexanderson, Ola.Alexanderson@iml.lth.se, Produktionsekonomi. **Förkunskapskrav:** MIO080 Industriell ekonomi AK. **Prestationsbedömning:** Slutbetyget är en viktning av tentamen (60 %) och praktikfallsbetyget (40 %). **Obligatoriska moment:** lektionspraktikfall. **Hemsida:** <http://www.iml.lth.se/pm/Education>.

Mål

Kursen ger fördjupad kunskap i företags marknadsstrategier inom industriell-, konsument- och relationsmarknadsföring. Slutmålet är att skapa en god bas i ämnet för att komplettera och utveckla ingenjörers övriga kompetensområden.

Innehåll

Kursen tar upp marknadsföring som en värdeskapande process i företaget. Utifrån en helhetsbild med omvärldsbeskrivning, branschanalys och marknadsstrategi, tar kursen upp ett antal specifika aktiviteter som målgruppsanalys, marknadsplanering, organisering av marknadsfunktionen, marknadskommunikation, relationsmarknadsföring och utformning av erbjudandet. Kursen lägger speciellt vikt vid innovationsmarknadsföring, och vad som är speciellt vid marknadsföring av ny teknologi.

Litteratur

Kurskompendium

Armstrong, G & Kotler, P: Marketing, an introduction. Prentice Hall 2002. ISBN 0-13-035133-4.