



LUNDS UNIVERSITET
Lunds Tekniska Högskola

Kursplan för kalenderåret 2005

INDUSTRIELL EKONOMI OCH MARKNADSFÖRING MIO675 Industrial Management

Antal poäng: 5. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** IBYI2, IDA2, IMM2. **Kursansvarig:** Ingela Elofsson, Ingela.Elofsson@iml.lth.se, Produktionsekonomi.
Prestationsbedömning: Skriftlig tentamen. **Övrigt:** Obligatoriska lektionspraktikfall.
Hemsida: <http://www.iml.lth.se>.

Mål

Kursen är en introduktion till företagets ekonomiska och marknadsstrategiska aktiviteter. Kursens första moment ger en orientering om företagets ekonomistyrning samt förmåga att identifiera, beskriva och lösa ekonomiska problem. Det andra momentet behandlar företagets marknadsföring, där teoretiska begrepp och praktiska metoder diskuteras och praktiseras. Slutmålet är att skapa en god bas i ämnet för att komplettera och utveckla ingenjörens övriga kompetensområden samt att skapa förutsättningar för att integrera ekonomiska aspekter i tillämpade tekniska ämnen. Ytterligare mål är att utveckla ingenjörens förmåga att planera, driva och genomföra projekt.

Innehåll

I kursen ingår följande moment:

- Företagets affärsidé och organisation
- Produktkalkylering och lönsamhetsbedömning
- Investeringskalkylering
- Ekonomisk redovisning och räkenskapsanalys
- Finansiering och budgetering
- Marknadsföringens olika skolor
- Konsumentmarknadsföring
- Målgruppsanalys
- Marknadsföringsprocessen
- Elektronisk marknadsföring

-Marknadsplanering

-Marknadsfunktionens organisation

-Industriell marknadsföring

Litteratur

Olsson, J & Skärvad, PH: Företagsekonomi 100. Liber 2003. ISBN:9147072369.

Möller, J: Övningar i industriell ekonomi. Liber 1998.

Kotler, P & Armstrong, G: Marketing, An Introduction. Prentice-Hall 2002.

Kurskompendium LTH.