



LUNDS UNIVERSITET  
Lunds Tekniska Högskola

Kursplan för kalenderåret 2006

---

## AFFÄRSMARKNADSFÖRING

MIO150

### Business Marketing

**Antal poäng:** 4. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** I4XAI. **Valfri för:** I3XIE, M3, INEK4. **Kursansvarig:** Ola Alexanderson, Ola.Alexanderson@iml.lth.se, Produktionsekonomi. **Förkunskapskrav:** MIO012 Industriell ekonomi AK, MIO071 Ekonomi och handel. **Prestationsbedömning:** Slutbetyget är en viktning av tentamen (60 %) och praktikfallsbetyget (40 %). **Obligatoriska moment:** lektionspraktikfall. **Hemsida:** <http://www.iml.lth.se/pm/>.

#### Mål

Kursens mål är att skapa en förståelse för marknadsföringsfunktionens betydelse i företagets värdeskapande, samt hur denna kan integrera affärsutvecklings- och innovationsprocesserna. Kursen kompletterar och utvecklar ingenjörers övriga kompetensområden, genom att sätta dessa i ett affärsmässigt sammanhang. Kursen ger fördjupad kunskap i industriell-, konsument- och relationsmarknadsföring.

#### Innehåll

Kursen innehåller en översikt över marknadsföringens olika teoretiska skolor, nyckeltermerna och modeller, marknadsföringsprocessen, marknadsplanering, målgruppsanalys, marknadsfunktionens organisation, servicemötet och interaktionsutformning, marknadskommunikation samt innovationsmarknadsföring.

#### Litteratur

Kurskompendium

Lehmann, D.R. & Winer, R.S.:

Analysis for Marketing planning, McGraw-Hill (senaste upplagan)