

Innehåll Kursanalys

Kursdata

HU1000, Industriell marknadsföring 7,5 hp: PRO1 4 hp, TEN1 3 hp och ÖVN1 0,5 hp

Genomfördes i period P3 2021/2022.

Kursansvarig Claes Hansson

Undervisningen fördelades på 28 föreläsningstimmar, en övning på fyra timmar samt tre handledda uppföljningsmöten kring projektarbetet.

Kurslitteratur var:

Kotler, Armstrong och Parment, Marknadsföring – teori, strategi och praktik,
Pearson, First Edition 2013, ISBN: 978-0-273-73600-4

plus Appendix I-X i Canvas.

75(37) studenter följde kursen och idag, 13 juni 2022 (med fem omtentor kvar att rätta), är prestationsgraden 88%(98%) och examinationsgraden 69%(92%). (Förra kursomgången inom parentes)

Förändringar inför denna kursomgång

- Detta är första gången går i årskurs två och för båda inriktningarna. Tidigare har den gått som en inriktningskurs för Industriell ekonomi och produktionsinriktningen (IEP) i årskurs tre. Denna kursomgång innehöll därför alla tvåor samt IEP årskurs tre.
- Gästföreläsning av KTH Innovation.

Elevenkät sammanställd och bifogad till kursarkivet. 22 av 77 studenter svarade (29%).

Några upplyfta synpunkter därifrån:

- Studenterna uttrycker uppskattning av föreläsningarna.
- Förhandlingsövningen rosas av flera.
- Flera uttryckte missnöje över att inte få välja projektgruppsmedlemmar själva.

Planerade förändringar

- Öka graden av självbestämmande vid konfigurationen av projektgruppssammansättningen.
- Förklara bättre vad som krävs för att klara tentan. Denna kursomgång godkändes färre än hälften (49%) vid första tentatillfället.
-

Sammanfattning

Studenterna är nöjda med kursen.