

Relationsmarknadsföring och marknadsanalys

(AI1170), 7,5 hp

Höstterminen 2019

Kursprogram, allmän information (rev. 20190824, med reservation för
felskrivningar)



1. Kursens mål

Marknadsföring har utvecklats och förändrats enormt under de senaste två decennierna, från att ha varit något som sköts av en intern avdelning inom företag i vilken företaget självt har total kontroll, till något som i hög grad utvecklas tillsammans med kunderna – något som företaget självt har mindre kontroll över. Vi kommer under kursens gång av närmare studera vilka problem och möjligheter detta erbjuder för företagsamheten.

Kursen ska ge studenten en god förståelse för hur företag använder sig av olika strategier och metoder inom marknadsföring och kommunikation. Kunskaperna är väsentliga för att ha förståelse för dessa funktioner inom både fastighets- och finanssektorn, och spänner över de mest grundläggande delarna i hur företag inom olika sektorer hanterar kommunikation och marknadsföring.

Efter godkänd kurs ska studenten kunna:

- Redogöra för grundläggande teorier och begrepp inom marknadsföring och marknadsanalys.
- Tillämpa grundläggande teorier och begrepp inom marknadsföring och marknadsanalys.

2. Kursinnehåll

Kursen består av ett antal föreläsningar samt två uppgifter, vilka behandlas vid flera tillfällen under kursens gång samt vid ett avslutande seminarium. Kursen behandlar följande huvudsakliga områden: marknadsföringsteori, tjänstemarknadsföring, relationsmarknadsföring, entreprenöriell marknadsföring, marknadsanalys, samt marknadsplaner.

3. Litteratur

Kurslitteraturen består av en huvudbok, artiklar, bokutdrag, samt annat material.

Kursbok

Kotler, Philip och Keller, Kevin (2015) Framework for Marketing Management, Pearson, 6th Ed. ISBN: 9781292093147. *Finns på Kårbokhandeln KTH.*

Övrigt material

Artiklar, bokutdrag, samt annat material tillkommer under kursens gång, och finns fritt tillgängligt via Canvas eller i förekommande fall KTHB.

Referenslitteratur (ej obligatorisk):

En svensk version av Kotler finns utgiven i samarbete med Anders Parment. Den kan läsas som komplement till kursboken, för att underlätta förståelse.

4. Examination

För att få godkänt på hela kursen krävs att kursdeltagaren får godkänt på tre olika moment, enligt följande:

- INL1 - Seminarieuppgifter, 3,0 hp, betygsskala: P, F.
- NÄR1 - Närvaro, 1,5 hp, betygsskala: P, F.
- TEN1 - Tentamen, 3,0 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F.

Seminarieuppgifter (INL1; 3 hp)

Detta moment består av två separata uppgifter, med både individuella och gruppinslag.

Uppgift ett: övning i marknadsanalys.

Uppgiften är att genomföra en del av en marknadsanalys vid övningstillfället 4/9. Studenterna delas in i grupper och får ett företag som utgångspunkt för en konkurrensanalys. Under arbetet ska gruppen skriva ned vad de gör och vad de kommer fram till. Detta dokument kan bestå av stolpar och punkter, men det behöver tydligt redogöra för arbetet och resultatet. Dokumentet lämnas till läraren i slutet av övningen. Uppgiften redovisas dessutom muntligt till klassen i slutet av övningen. För godkänt på denna uppgift krävs godkänd skriftlig gruppinnlämning, godkänd muntlig presentation, samt godkänd aktiv medverkan i övrigt.

Uppgift två: marknadsplan.

Detta är en gruppuppgift med individuella inslag. Notera att det står läraren fritt att, av pedagogiska skäl, i samråd med examinator, anvisa studenter att genomföra den andra uppgiften helt enskilt.

Grupparbetet sker i grupper om tre-fyra studenter. Varje grupp ska författa en kort och välskriven marknadsplan (10 sidor exklusive försättsblad, eventuell innehållsförteckning och referenslista). Instruktion för detta arbete ges vid föreläsningen 11/9 kl 08-10. Marknadsplanen ska lämnas in till via Canvas senast fredag 27/9 kl. 16.00. Senast kl 20.00 samma kväll tillgängliggörs planerna på Canvas, och varje grupp tilldelas då en annan marknadsplan att opponera på (en "opponeringsplan").

Sedan följer individuellt arbete. Alla studenter ska individuellt analysera opponeringsplanen de tilldelats, och författa ett kort dokument (ca en halv A4) med en genomtänkt fråga om opponeringsplanen (och en motivering till frågan). Dokumentet ska lämnas in via Canvas innan seminariet, senast tisdag 1/10 kl 16.00.

Onsdag 2/10 seminariebehandlas samtliga marknadsplaner, genom presentationer och oppositioner. För godkänt på gruppuppgiften krävs godkänd inlämnad marknadsplan och godkänd medverkan i seminariet (presentation samt opposition) Alla studenter i gruppen ska vara inlästa på hela marknadsplanen, oavsett hur arbetet med skrivandet fördelats. Gruppen som ska opponera ska framföra sina frågor på ett konstruktivt sätt.

Efter seminariet är det slutligen dags för individuellt arbete igen. Alla studenter ska nu uppdatera sitt dokument till en ny version, där svaret från opponeringsgruppen är inkluderat, och det finns en avslutande övergripande reflektion kring frågan och svaret. Omfattningen på dokumentet får vara max 1 A4. Dokumentet ska lämnas in via Canvas senast fredag 11/10 kl 16.00.

Närvaro (NÄR1; 1,5 hp)

För godkänt på närvarodelen krävs närvaro vid obligatoriska moment.

Tentamen (TEN1; 3 hp)

Tentamen sker i form av en skriftlig tentamen på samtlig kurslitteratur fredagen den 25/10 kl 08.00-12.00.

Betygskriterier

Genom tentamen TEN1 visar studenten sin förmåga att redogöra för grundläggande teorier och begrepp inom marknadsföring och marknadsanalys. Lärandemålet kommer alltid att examineras i sin helhet, men hela kursinnehållet kommer aldrig att rymmas i en tentamen. Tentamensfrågorna utgör stickprov i olika delar av kursens innehåll. Baserat på tentamenspoängen sätts betyget A, B, C, D, E, Fx eller F. Detta betyg blir även slutbetyg på kursen.

Genom momentet INL1 visar studenten sin förmåga att tillämpa grundläggande teorier och begrepp inom marknadsföring och marknadsanalys. Detta moment bedöms som godkänt eller icke-godkänt.

5. Administration

För att kunna följa kursen och för att få tentera måste du registrera dig. För att få skriva tentamen samt omtentamen är det obligatorisk anmälan. Använd din KTH-inloggning för att komma in i "Mina sidor". Här kursregistrerar du dig, anmäler dig till tentamen och omtentamen, ser dina betyg mm. Använder du inte KTH-adressen så är det viktigt att du har ställt in vidareändring från KTH-adressen till den e-postadress du använder, och även detta gör du på "Mina sidor".

Information under kursen anslås via Canvas. I Canvas läggs schema, kurs-PM, ppt-bilder från föreläsningar, projektuppgifter samt övrigt kursmaterial ut. Installera Canvas-appen i din mobil och registrera din mailadress i Canvas så får du notifieringar om information.

Schemat för kursen återfinns på

<https://www.kth.se/social/course/AI1170/calendar/> Observera dock att samma schema men med viktig detaljerad information finns som pdf-fil på Canvas. Det är bara i pdf-schemat på Canvas som man kan se vilka föreläsare som medverkar, vilka tillfällen som är obligatoriska, samt läsanvisningar. Läs därför pdf-filen noggrant. Om ni hittar några konstigheter i schemat (t ex att schemat på webben plötsligt inte stämmer överens med pdf-filen), meddela omgående kursansvarig.

Akademisk oärlighet och plagiering

KTH bestraffar plagiering och liknande handlingar av akademisk oärlighet. Plagiering är att använda sig av någon annans idé eller text utan att referera till denna person. För att undvika detta, kom ihåg att ange ursprunget i form av personnamn eller namn på publikation och författare i följande fall:

- När du använder eller refererar till någon annans ord, idéer från en tidskrift, bok, tidning, webbsida, elektroniskt dokument eller annat medium.
- När du använder information erhållen genom intervju med en person.
- När du använder idéer som andra givit dig genom konversationer eller email.
- När du kopierar ordalydelse någonstans ifrån.
- När du gör avskrifter av diagram, illustrationer, tabeller, bilder och liknande ur rapporter eller websidor.

KTH har tagit fram en handbok om plagiering som varmt rekommenderas:
<http://www.kth.se/vil/learninglab/plagiat/hjalp-studenterna-att-undvika-plagiering-guiding-studentsaway-from-plagiarism-1.49104>

6. Lärare och kontaktuppgifter

Examinator

Kent Eriksson, Avdelningen för bank och finans, Institutionen för Fastigheter och Byggnad, Teknikringen 10B, kent.eriksson@abe.kth.se.

Kursansvarig

Andreas Fili, Avdelningen för bank och finans, Institutionen för Fastigheter och Byggnad, Teknikringen 10B, andreas.fili@abe.kth.se.

Kursregistrering, tentamensfrågor och frågor kring Canvas

Studentexpeditionen, Institutionen för Fastigheter och Byggnad, Teknikringen 10B, studentexp.fob@abe.kth.se, tel 790 89 82.