



# AI213V Internationell industriell marknadsföring 15,0 hp

International Industrial Marketing

## Fastställande

Kursplan för AI213V gäller från och med VT10

## Betygsskala

A, B, C, D, E, FX, F

## Utbildningsnivå

Avancerad nivå

## Huvudområden

Industriell ekonomi

## Särskild behörighet

180 poäng på högskolenivå inom ingenjörsvetenskap, naturvetenskap, nationalekonomi / företagsekonomi eller planering varav minst 15 högskolepoäng i företagsekonomi. Dokumenterade kunskaper i engelska B eller motsvarande (TOEFL, IELTS t.ex.).

## Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

# Lärandemål

Denna kurs ger en grundläggande introduktion till svårigheter och möjligheter som internationell marknadsföring erbjuder företagen. Kursen är avsedd att vara ett praktiskt verktyg för anpassning av moderna marknadsföringsmetoder och teorier inom internationell industriell marknadsföring.

## Kursinnehåll

1. En teoretisk del, det internationella regelverket för internationell handel, WTO, IMF och utvecklingen av den internationella marknaden. Behovet av förändringar av produkter, tjänster och marknadskommunikation till situationen i olika länder, val av distributionsmetoder, prissättning inklusive transferprissättning.
2. En tillämpad del som behandlar ett stort antal praktiska exempel omfattande ett stort antal produkter, marknader och andra situationer i internationell och global marknadsföring.

## Kursupplägg

Kursen ges som sommarkurs med möjlighet för kursdeltagarna att genomföra den största delen av kursarbetet på distans med användande av KTHs distanssystem BILDA.

Preliminärt schema för obligatoriska föreläsningar sommaren 2011: Kursstart Torsdagen den 9 juni och därefter Fredagen den 10 juni, onsdagen den 15 juni samt torsdagen den 16 juni, alla dagar 8.30 - 12.30.

## Kurslitteratur

Engdahl, Carl-Axel, Internationell Marknadsföring, fjärde upplagan. Kursmaterial inklusive praktikfall.

En alternativ kursbok för engelsktalande studenter.

## Utrustning

None

## Examination

- PROA - Projekt, 4,5 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F
- TEN1 - Tentamen, 7,5 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F
- LAB2 - Laboration 2, 1,5 hp, betygsskala: P, F
- LAB1 - Laboration 1, 1,5 hp, betygsskala: P, F

Examinator beslutar, baserat på rekommendation från KTH:s handläggare av stöd till studenter med funktionsnedsättning, om eventuell anpassad examination för studenter med dokumenterad, varaktig funktionsnedsättning.

Examinator får medge annan examinationsform vid omexamination av enstaka studenter.

När kurs inte längre ges har student möjlighet att examineras under ytterligare två läsår.

Examinationen består av två delar, en uppsats och en skriftlig tentamen.

1. En skriftlig uppsats - marknadsplan- inom ämnet industriell internationell marknadsföring. Ämnet väljs i samråd med kursledaren.
2. En skriftlig tentamina, två examinationstillfällen ges under sommaren det ena i månadsskiftet juni-juli och det andra i slutet av augusti.

## Övriga krav för slutbetyg

Krav för slutbetyg på kursen är att alla kursmoment klarats av, såväl moment som har betyg P och moment som har betyg A-F.

## Etiskt förhållningssätt

- Vid grupparbete har alla i gruppen ansvar för gruppens arbete.
- Vid examination ska varje student ärligt redovisa hjälp som erhållits och källor som använts.
- Vid muntlig examination ska varje student kunna redogöra för hela uppgiften och hela lösningen.