



ME1315 Industriell marknadsföring för I 6,0 hp

Industrial Marketing for I

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

Fastställande

Kursplan för ME1315 gäller från och med VT18

Betygsskala

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

Utbildningsnivå

Grundnivå

Huvudområden

Teknik

Särskild behörighet

Grundläggande behörighet för högskolestudier.

Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

Lärandemål

Efter kursen ska studenten kunna:

- Förstå och implementera grundläggande marknadsföringskoncept.
- Utveckla en plattform för segmentering , målgruppering och positionering.

Kursinnehåll

Marknadsföringens kärnkoncept

Segmentering och positionering

Positionering och varumärkesidentitet

Marknadsföringsmodeller som t.ex. AIDA-modellen, Relationsmarknadsföring, Viral marknadsföring B2B vs B2C osv.

Digital Marknadsföring

Kurslitteratur

Kurslitteratur meddelas vid kursstart.

Examination

- TEN1 - Tentamen, 6,0 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, 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.

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.