ME2066 Strategi och industriell marknadsföring 6,0 hp

Strategy and Industrial Marketing

Fastställande

Kursplanen gäller från och med vårtermin 2027 enligt grundutbildningsansvarigs beslut. Beslutsdatum: 2026-10-26..

Betygsskala

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

Utbildningsnivå

Avancerad nivå

Huvudområden

Industriell ekonomi

Särskild behörighet

ME2501 Perspektiv på Industrial Management avslutad.

Lärandemål

Efter kursen ska studenterna kunna:

1. Analysera strategi och industriell marknadsföring som kunskapsfält och förstå deras huvudinriktning.

2. Applicera konsumentdata och konsumentinsikter som verktyg för att utveckla strategier och taktiker inom industriell marknadsföring och teknologiintensiva organisationer.
3. Jämföra och kontrastera segmentering, positionering och målgruppering inom industriell marknadsföring.
4. Förklara grundläggande skillnader i modellering av kundbeteende inom producentmarknadsföring och konsumentmarknadsföring.
5. Analysera varumärkesstrukturer i technologiintensiva företag och deras underliggande varumärkesarkitekturer.
6. Förklara likheter och skillnader mellan relations- och transaktionsmarknadsföring.
7. Utarbeta en skriftlig ämnesrapport med syfte, problemformulering, analys och referenser.

Kursinnehåll

Kursen fokuserar på strategi och industriell marknadsföring i teknikintensiva företag och organisationer.
Särskild emfas läggs på sambandet mellan strategi och marknadsföring både utifrån ett teoretiskt forskningsperspektiv och ett praktiskt problemlösningsperspektiv med företagets referensram och problembild. Baserat på utvecklingstendenser och kunskapshorisonten inom strategi och industriell marknadsföring går undervisningen bl.a. igenom strategiprocessen med värderingar, affärsmodell, vision och mission.

Stor tonvikt läggs vidare vid förståelse för segmenterings- och positioneringsprocesser, säljprocesser samt konsumentbeteende i industriella verksamheter.

Betydande tonvikt läggs också på olika skolbildningar och kontrasterna mellan transaktions- och relationsmarknadsföring. En viktig del av kursen och inlärningen sker genom ett projekt med fokus på sambandet mellan strategi och industriell marknadsföring kring strategiska och taktiska tillgångar.

Examination

- INL2 - Inlämningsuppgift, 2,0 hp, betygsskala: P, F
- TEN2 - Skriftlig tentamen, 4,0 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.

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

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.