



Forskningens frontlinjer i internationell marknadsföring 7,5 hp

Frontiers of Research in International Marketing 7.5 credits

Avancerad nivå

Huvudområde: Företagsekonomi, avancerad nivå, har kurs/er på avancerad nivå som förkunskapskrav (A1F)

Kursplanen är fastställd av Forsknings- och utbildningsnämnden (2021-03-10) och gäller studenter antagna höstterminen 2023.

Kursens inplacering i utbildningssystemet

Kursen ingår i Masterprogram i strategiskt entreprenörskap för internationell tillväxt.

Behörighetskrav

Kandidatexamen inom företagsekonomi 180 hp, Internationella marknadsföringsstrategier 7.5 hp (avancerad nivå) samt marknadsföring 7,5 hp. Engelska 6.

Kursens mål

Kursens övergripande mål är att studenten ska utveckla sin förmåga att självständigt analysera och kritiskt granska vetenskapliga artiklar och tidskrifter inom området Internationell marknadsföring. Studenten ska både skriftligt och muntligt presentera och diskutera sin granskningsrapport. Med anskaffade kunskaper från tidigare kurser inom området och erfarenheter från granskningen av vetenskapliga rapporter ska studenten självständigt författa en egen vetenskaplig artikel inom ett valt problemområde.

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- beskriva centrala teorier och begrepp, förstå och kritiskt utvärdera litteratur som behandlar internationell marknadsföring
- använda relevant litteratur för studentens egna projekt

Färdighet och förmåga

- skriva och muntligt presentera en akademisk artikel
- utvärdera akademisk litteratur

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- reflektera över etiska problem och frågeställningar i forskning samt visa ansvar för sitt eget och gruppens kunskapsutveckling

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen behandlar koncept och teorier i den aktuella internationella marknadsföringslitteraturen för att belysa olika problem. Studenten får också möjligheten att självständigt undersöka fenomen av eget intresse. Detta ske under aktiv handledning som ges under kursen.

I kursen studeras också de huvudsakliga inriktningarna inom

internationell marknadsföring.

Kursen utgör en introduktion till mastersuppsatsarbetet.

Undervisning

Undervisningen sker genom föreläsningar, litteraturseminarier och övningar.

Examination

Som betyg för hel kurs används något av uttrycken F (Underkänd), E (Tillräckligt), D (Tillfredsställande), C (Bra), B (Mycket bra), A (Utmärkt).

Examinationen sker dels individuellt via medverkan vid litteraturseminarier och övningar med muntlig och skriftlig rapportering, och dels i grupp genom att författa och presentera en vetenskaplig artikel.

Alla seminarier och övningar är obligatoriska

Examinationsmoment		Betyg
Vetenskaplig artikel	6 hp	F/E/D/C/B/A
Litteraturgenomgång eller -granskning	1,5 hp	F/E/D/C/B/A

Om särskilda skäl finns får examinator göra undantag från angiven examinationsform och medge att en student examineras på annat sätt. Särskilda skäl kan t.ex. vara beslut om särskilt pedagogiskt stöd.

För elitidrottande studenter enligt Riktlinjer för kombinationen studier och elitidrott vid Högskolan i Halmstad, dnr: L 2018/177, har examinator rätt att besluta om ett anpassat examinationsmoment eller låta studenten genomföra examinationen på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

I kursen ingår kursvärdering. Denna ska vara vägledande för utveckling och planering av kursen. Kursvärderingen ska dokumenteras och redovisas för studenterna.

Kurslitteratur och övriga läromedel

En viktig beståndsdel i kursen är att studenterna skall söka , utvärdera och välja lämplig litteratur utifrån de frågeställningar de väljer att studera. Kurslitteraturen blir därför till största delen individuell för varje student.

Nedanstående litteratur är gemensam för samtliga studenter:

Doole, I & Lowe, R. *International Marketing Strategy*. 4 ed, Thomson Learning, 2004

Frontiers of Research in International Marketing
- Halmstad Contributions 2003

Perry, C, A (1998)

Structural Approach for Presenting Theses. *Australasian Marketing Journal* 6 (1). pp. 63-86.