**Marknadsföring och organisation SG0249**
Kursperiod = 18 Jan – 17 Feb 2021

Öppen kurshemsida: <https://student.slu.se/studier/kurser-och-program/kurser/?sprak=sv&anmkod=30062.2021>

Kursen använder CANVAS – där Du hittar material och lämnar in uppgifter

Som det ser ut nu kommer kursen till stor del att ges via zoom

**18 januari – 17 februari**

|  |
| --- |
| **V 3 Organisationsteori** |
| Dag och tid  | Kursdel och aktivitet | Tema |
| Måndag 18/1 09-12 | Kursstart Dianne& Cilla – zoom) | Kursintroduktion – läromål, moment i kursen, material, betygsbedömning av prestationer, kursrepresentant mm. |
| Tisdag 19/1 09-12 | Org (D) | Grupp och samarbete (inledning) |
| Onsdag 20/1 09-12 | Org (D) | Kommunikation (inledning) |
| Torsdag 21/1 09-12 | Org (D) | Roller i en grupp (föreläsning & diskussion)*Intro reflektion* |
| Fredag 22/1 09-12 | Org (D) | Organisationsstruktur (föreläsning) |
| **V4 Marknadsföring** |
| Måndag 25/1 09-12 | Mf (C)Föreläsning +Case | *Vad är marknadsföring? (och varför skall vi läsa marknadsföring?)**Den goda viljan* |
| Tisdag 26/1 09-12 +  | Mf (C)  | *Konsumentbeteende och segmentering* |
| Onsdag 27/1 09-12 | Mf (C) föreläsning +  | *Positionering – image och varumärke* |
| Torsdag 28/1 09-12 13-15 | Mf (C) Övning  | *Innovation, produktutveckling och marknadsföringskanaler* *SWOT-analys* |
| Fredag 29/1 09-12 | Mf (C)  | *Marknad, konkurrens, värdeskapande och differentiering* |
| **V5 Organisationsteori** |
| Måndag 3/2 09-12 | Org (D) | Kommunikation/självbild (föreläsning & diskussion) |
| Tisdag 4/2 09-12 | Org (D) | Samtal & Lyssnande (föreläsning & övning) |
| Onsdag 5/2 08-10 | Org (D) | Samarbete (spelteori, övning) |
| Torsdag 6/2 09-12 | Org (D) | Konflikter (föreläsning & övning) |
| Fredag 7/2 09-12 | Org (D) | Ledarskap (föreläsning & diskussion)  |
| **V6 Marknadsföring** |
| Måndag 8/2 09-12 | Projektintro Mf (C) Bibliotek Lotta | *Presentation av gruppuppgift*  |
| Tisdag 9/2 09-12 | Anders Roos | Supply chain and business model Canvas |
| Onsdag 10/2 09-12 | Mf (C) | *Marknadsföring för hållbar utveckling- intro.**Service dominant logic, cirkulära system* |
| Torsdag 11/2  |  | UN för Cilla 2021 |
| Fredag 12/2 09-12Inlämning av projekt kl 12.00 (lunch) | Mf (C) föreläsning + frågestund inför tentan | *Varumärke och etik (CSR)* |
| **V8** |
| Måndag 15/2 Inte klart ännu vilken tid tentan är – håll hela dagen öppen är Du snäll | **Tenta** Inte klart var tentan ges i dagsläget (i sal eller digitalt) | Om tentan ges som en salstenta, ta med ID-handling och något att skriva med. Skriv koden på alla papper, men inte Ditt namn på tentamen Du lämnar in.  |
| Tisdag 16/2 **13-16** | Mf (C)  | Presentation och diskussion av grupp-PM |
| Onsdag 17/2 09-12 | Reservtid + inlämning av slutversion och restuppgifter |  |
|  |  |  |

**Kurslitteratur**

Kursen har två huvudböcker – en i marknadsföring och en i organisationslära. Föreläsningarna följer inte böckerna kapitel för kapitel men läsförslag är givna på de följande sidorna. Därtill har vi artiklar som relevant ämnesmaterial. Tentan täcker allt kursmaterial (böcker och artiklar).

* Marknadsföring Hansen, Erik & Justlin, Heikki, 2018. *Strategic Marketing in the Global Forest Industries, Oregon State University* (öppet tillgänglig bok på <http://library2.open.oregonstate.edu/strategicmarketing/> )
* **Organisationslära** Nilsson, Björn 2016. *Samspel i grupp, introduktion till gruppdynamik*, Studentlitteratur, Lund (Upplaga 2:3, 2016). ISBN 9789144110103. [https://www.pricerunner.se/pl/802-1091558102/Boecker/Samspel-i-grupp-introduktion-till-gruppdynamik-(Haeftad-2016)-priser](https://www.pricerunner.se/pl/802-1091558102/Boecker/Samspel-i-grupp-introduktion-till-gruppdynamik-%28Haeftad-2016%29-priser)

+ ytterligare artiklar och material finns på Canvas – se läsinstruktioner nedan.

**Länkar till SLU-Bibliotekets hjälpsidor**

Svenska: <https://slu-se.instructure.com/courses/81>

Engelska: <https://slu-se.instructure.com/courses/186>

Bibliotekskontakter: Lotta Blombäck lotta.blomback@slu.se

Mål

Kursens syfte är att ge kunskap och färdigheter i att analysera och diskutera olika marknadsförings-och organisationskoncept som används av företag och andra aktörer.

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:
- Redogöra för marknadsföringens funktion i företag och i samhällsekonomin inklusive etiska aspekter.
- Använda begrepp och modeller som underlag för att göra en marknadsanalys och en marknadsföringsplan.
- Tillämpa modeller och metoder på frågeställningar i marknadsföring för hållbar utveckling.
- Beskriva och analysera hur man kan organisera mänskliga resurser.
- Beskriva och analysera hur gruppens dynamik, organisationens struktur och ledarskap är relaterat till varandra.
- Tillämpa grunder i vetenskapligt skrivande.

**Läs och arbetsinstruktioner ….**

(kommer i nästa version av schemat)