



**Karolinska
Institutet**

Kursplan för

Marknadsanalys, 7.5 hp

Market Analysis, 7.5 credits

Denna kurs är nedlagd, för mer information se rubriken Övergångsbestämmelser i den sista versionen av kursplanen.

Observera att kursplanen finns i följande versioner:

VT14 , VT15 , VT16 , VT17 , VT18 , VT19

Kurskod	4BP029
Kursens benämning	Marknadsanalys
Hp	7.5 hp
Utbildningsform	Högskoleutbildning, 2007 års studieordning
Huvudområde	Bioentreprenörskap
Nivå	AV - Avancerad nivå
Betygsskala	Väl godkänd, godkänd, underkänd
Kursansvarig institution	Institutionen för lärande, informatik, management och etik
Beslutande organ	Programnämnd 7
Datum för fastställande	2013-11-20
Kursplanen gäller från	Vårterminen 2014

Särskild behörighet

Kandidat- eller yrkesexamen om minst 180 hp inom hälso- och sjukvård, biomedicin, biologi, cell- och molekylärmedicin, farmaci, kemi, medicin, bioteknologi eller motsvarande examen. Dessutom krävs kunskaper i engelska motsvarande Engelska B (med lägst betyget Godkänd).

Mål

Kursens övergripande mål är att studenterna ska förstå marknadsanalys och marknadsföring samt kunna applicera detta på de specifika förhållanden som råder inom life science-industrin.

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- redogöra för centrala principer inom marknadsanalys och marknadsföring,
- tillämpa relevanta metoder inom marknadsanalys och marknadsföring på life science-industrin.

Innehåll

Kursen behandlar marknadsanalys och marknadsföring. Studenterna kommer att arbeta på ett case samt skriva en marknadsplan. Fokus för marknadsplanen är att analysera den specifika marknaden och

planera för en introduktion av en produkt.

Arbetsformer

Kursen består av föreläsningar, seminarier, arbete i grupp och individuellt samt case.

Examination

Examinationen består av en gruppuppgift och en individuell skriftlig rapport. Båda betyggsätts U/G/VG.

Betyg på hel kurs blir en sammanvägning av betygen på de båda examinationerna.

För bli godkänd på hel kurs krävs att alla examinationsuppgifterna får minst godkänt betyg.

Obligatoriskt deltagande

Deltagande på seminarier och presentationer är obligatoriskt. Kursledaren bedömer om och i så fall hur frånvaro kan kompenseras. Innan student deltagit i obligatoriska delar eller kompenserat frånvaro i enlighet med kursledarens anvisningar registreras inte studentens kursresultat i LADOK.

Begränsning av antal prov- eller praktiktillfällen

De studenter som ej är godkända efter ordinarie provtillfälle har rätt att delta vid ytterligare fem provtillfällen. Om studenten genomfört sex underkända tentamina/prov ges inte något ytterligare tentamenstillfälle eller någon ny kursplats.

Som provtillfälle räknas de gånger studenten deltagit i ett och samma prov. Inlämning av blank skrivning räknas som provtillfälle. Provtillfälle till vilket studenten anmält sig men inte deltagit räknas inte som provtillfälle.

Övergångsbestämmelser

Efter varje kurstillfälle kommer det att erbjudas minst sex tillfällen för examination inom en tvåårsperiod efter kursens slut.

Övriga föreskrifter

Kursen ges på engelska.

Kursutvärdering kommer att genomföras enligt de riktlinjer som är fastställda av Styrelsen för utbildning.

Muntlig utvärdering, kursråd, kommer att genomföras under kursen.

Litteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Kursledaren kommer att tillhandahålla obligatorisk litteratur i form av vetenskapliga artiklar, industrirapporter, case-studier samt case-kompendier på marknadsanalys och marknadsföring i läkemedelsbranchen.

Wood, Marian Burk

Essential guide to marketing planning Marian Burk Wood's essential guide to marketing planning

3rd edition. : - xxiii, 299 pages

ISBN:9780273773634 (pbk.) LIBRIS-ID:14832622

[Sök i biblioteket](#)

Rekommenderad litteratur

Simon, Françoise; Kotler, Philip

Building global biobrand : taking biotechnology to market

New York ;a London : Free Press, cop. 2003 - 336 s.

ISBN:0-7432-2244-X LIBRIS-ID:9003581

[Sök i biblioteket](#)

Kim, W. Chan; Mauborgne, Renée

Blue ocean strategy : how to create uncontested market space and make the competition irrelevant

Boston, Mass. : Harvard Business School Press, cop. 2005 - 238 s.

ISBN:1-59139-619-0 (inb.) LIBRIS-ID:9627193

Rekommenderad

[Sök i biblioteket](#)

Porter, Michael E.

Redefining health care : creating value-based competition on results

Teisberg, Elizabeth Olmsted

Boston : Harvard Business School Press, cop. 2006 - xvii, 506 s.

ISBN:1-59139-778-2 (inb.) LIBRIS-ID:10328206

URL: <http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0515/2005018631.html>

Rekommenderad

[Sök i biblioteket](#)

Principles of marketing

Kotler, Philip

5. European ed. : Harlow : Financial Times Prentice Hall, c2008 - xxxv, 1020 s.

ISBN:978-0-273-71156-8 (pbk.) LIBRIS-ID:10870040

Rekommenderad

[Sök i biblioteket](#)