



**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
Reviderad av	Utbildningsnämnden LIME
Senast reviderad	2017-10-25
Kursplanen gäller från	Vårterminen 2018

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:

- beskriva centrala principer och metoder för marknadundersökning,
- beskriva centrala principer och metoder inom marknadsföring,
- analysera marknaden för en produkt inom life science,
- utforma en marknadsplan för en produkt inom life science
- Analysera och jämföra de största globala life science marknaderna mot varandra.

Innehåll

Nyckelbegrepp och teman för kursen är: Kundbehov
 Analysera mikromiljö och makromiljö
 Marknadsinformation inklusive marknadsundersökningsprocessen, samt primär och sekundär undersökningsdata
 Segmentering, inriktning och positionering
 Varumärkesstrategi
 Marknadsstrategi och marknadsplanering
 Prissättning och marknadskanaler
 Marknadskommunikationsmixen
 Digital marknadsföring
 Hälsoekonomi
 Socialt ansvar och etik inom life science-marknaden
 Den globala life science-marknaden

Arbetsformer

Kursen ges på avancerad nivå där studenterna förutsätts vara bekanta med de vanligaste arbetsformerna i högskolestudier. Kursens pedagogiska grundsyn är baserad på entreprenöriellt lärande och förutsätter ett aktivt studentdeltagande. Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, work shops och case-studier. Studenterna kommer att genomföra en uppgift i grupp samt en individuell uppgift. Gästföreläsare från industrin kommer att ge sin syn på marknadsförvaltning.

Examination

Examinationen består av:

- En skriftlig rapport från av en grupp-uppgift (U/G)
- En muntlig presentation av en grupp-uppgift
- En skriftlig rapport från en individuell uppgift (U/G /VG)
- En skriftlig tentamen (U/G/VG)

För att bli godkänd på hel kurs krävs att alla examinationsuppgifterna får minst godkänt betyg. För att få betyget "väl godkänd" på hela kursen, krävs betyget "godkänd" på den skriftliga rapporten och presentationen från grupparbetet samt betyget "väl godkänd" på den individuella uppgiften och tentamen.

Obligatoriskt deltagande

Deltagande på seminarier, work shops 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 och case-studier.

Kotler, Philip

Principles of Marketing : global edition

16. ed. : Essex : Pearson, 2015 - 731 s.

ISBN:9781292092485 LIBRIS-ID:17756985

[Sök i biblioteket](#)

Rekommenderad litteratur

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](#)