



**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         | 2021-10-20                                                 |
| Kursplanen gäller från   | Vårterminen 2019                                           |

### **Särskild behörighet**

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

### **Mål**

Kursen syftar till att göra det möjligt för studenterna att bedriva marknadsanalys och skapa marknadsstrategier inom life science.

#### **Avseende kunskaper och förståelse:**

- Beskriva terminologi och centrala principer inom marknadsanalys och marknadsföring
- Känna igen och jämföra internationella skillnader i marknadsmiljöer

#### **Avseende färdigheter och förmåga:**

- Hämta, analysera och kommunicera information om t.ex. marknadens behov, marknadsutveckling och marknadsegenskaper
- Jämföra och analysera olika marknadsföringsstrategier

### **Avseende värderingsförmåga och förhållningssätt:**

- Reflektera över etiska dilemman inom marknadsanalys och marknadsföring

## **Innehåll**

Kursen består av en självständig uppgift och en grupp-uppgift som täcker olika aspekter av marknadsanalys och marknadsföring inom bioentreprenörskap.

## **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.

## **Examination**

Examinationen består av:

- En gruppuppgift (Underkänd/Godkänd)
- En individuell uppgift (Underkänd/Godkänd/Väl godkänd)
- En skriftlig tentamen (Underkänd/Godkänd/Väl godkänd)

För att bli godkänd på hel kurs krävs att alla examinationsuppgifterna får minst "godkänd" betyg. För att få betyget "väl godkänd" på hela kursen, krävs betyget "godkänd" på den skriftliga rapporten samt betyget "väl godkänd" på den individuella uppgiften och tentamen. Inlämning av grupp- och/eller individuell uppgift efter deadline resulterar i att studenten missar chansen till betyget "väl godkänd".

### **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 den studerande ej är godkänd efter fyra examinationstillfällen rekommenderas denne att gå om kursen vid nästa ordinarie kurstillfälle. I samband med denna kurs får studenten delta vid ytterligare två examinationstillfällen. Om studenten genomfört sex underkända examinationer ges inte något ytterligare examinationstillfälle eller någon ny kursplats på kursen.

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**

Kursen är nedlagd.

## 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.

*Aaker, David A.*

#### **Strategic market management**

10 ed. : New York : John Wiley & Sons Inc., 2013 - ix, 326 s.

ISBN:9781118582862 LIBRIS-ID:14830222

[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](#)