



Kursplan för

Marknadsanalys, 8 hp

Market Analysis, 8 credits

Denna kursplan gäller från och med höstterminen 2022.

Observera att kursplanen finns i följande versioner:

HT20 , HT22 , HT23 , HT24

Kurskod	4BP042
Kursens benämning	Marknadsanalys
Hp	8 hp
Utbildningsform	Högskoleutbildning, 2007 års studieordning
Huvudområde	Bioentreprenörskap
Nivå	AV - Avancerad nivå
Betygsskala	Underkänd (U), godkänd (G) eller väl godkänd (VG)
Kursansvarig institution	Institutionen för lärande, informatik, management och etik
Beslutande organ	Utbildningsnämnden LIME
Datum för fastställande	2020-03-04
Reviderad av	Utbildningsnämnden LIME
Senast reviderad	2022-03-10
Kursplanen gäller från	Höstterminen 2022

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/Engelska 6 med lägst betyget godkänd/E.

Mål

Kursen syftar till att göra det möjligt för studenten att förstå hur man kan genomföra marknadsanalyser för företag inom life science fältet.

Avseende kunskaper och förståelse:

- Beskriva terminologi och centrala principer inom marknadsanalys
- Identifiera och jämföra globala marknadsmiljöer

Avseende färdigheter och förmåga:

- Hämta, analysera och kommunicera information om t.ex. marknadens behov, marknadsutveckling

- och marknadsegenskaper
- Använda sig av vetenskapliga metoder inom marknadsanalys

Avseende värderingsförmåga och förhållningssätt:

- Reflektera över etiska dilemman inom marknadsanalys

Innehåll

Kursen täcker olika aspekter av marknadsanalys inom bioentreprenörskap, de verktyg och modeller som används samt vetenskapliga metoder som är lämpliga vid tex behovsanalyser och konkurrentanalyser mm.

Marknadsanalys - projekt, 4.0 hp

Betygsskala: GU

Denna modul består av ett projekt som integrerar färdigheter inom marknadsanalys och vetenskapliga metoder lämpliga inom detta fält såsom intervjuer och observationer.

Marknadsanalys - integrering, 4.0 hp

Betygsskala: VU

Denna modul integrerar individuella lärdomar från grupprojektet med terminologi och centrala begrepp inom marknadsanalys.

Arbetsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, work shops och case-studier.

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.

Obligatoriskt deltagande

Deltagande på seminarier, work shops och presentationer är obligatoriskt. Examinator bedömer om och i så fall hur frånvaro från obligatoriska utbildningsinslag kan tas igen. Innan studenten deltagit i de obligatoriska utbildningsinslagen eller tagit igen frånvaro i enlighet med examinatorns anvisningar kan inte studieresultaten slutrapporteras. Frånvaro från ett obligatoriskt utbildningsinslag kan innebära att den studerande inte kan ta igen tillfället förrän nästa gång kursen ges.

Examination

Examinationen för Modul 1 (Marknadsanalys - Projekt) består av:

- En skriftlig gruppuppgift (G/U)

Examinationen för Modul 2 (Marknadsanalys - Integrering) består av:

- En individuell uppgift (VG/G/U)
- En skriftlig tentamen (G/U)

För att bli godkänd på hel kurs krävs att alla examinationsuppgifterna får betyget "godkänd". För att få betyget "väl godkänd" på hela kursen, krävs betyget "godkänd" på den skriftliga gruppuppgiften samt den skriftliga tentamen och betyget "väl godkänd" på den individuella uppgiften.

Inlämning av grupp- eller individuella uppgiften efter deadline resulterar i att studenten missar möjligheten att få betyget "väl godkänd" på hela kursen.

Begränsning av antal prov- eller praktiktillfällen

Student som ej är godkänd efter ordinarie examinationstillfälle har rätt att delta vid ytterligare fem examinationstillfällen. Om studenten genomfört sex underkända tentamina/prov ges inte något ytterligare examinationstillfälle. Som examinationstillfälle räknas de gånger studenten deltagit i ett och samma prov. Inlämning av blank skrivning räknas som examinationstillfälle. Examinationstillfälle till vilket studenten anmält sig men inte deltagit räknas inte som examinationstillfälle.

Om det föreligger särskilda skäl, eller behov av anpassning för student med funktionsnedsättning får examinator fatta beslut om att frånga kursplanens föreskrifter om examinationsform, antal examinationstillfällen, möjlighet till komplettering eller undantag från obligatoriska utbildningsmoment, m.m. Innehåll och lärandemål samt nivån på förväntade färdigheter, kunskaper och förmågor får inte ändras, tas bort eller sänkas.

Övergångsbestämmelser

Examination kommer att tillhandahållas under en tid av två år efter en eventuell nedläggning av kursen. Examination kan ske enligt tidigare litteraturlista under en tid av ett år efter den tidpunkt då en större revidering av litteraturlistan gjorts.

Övriga föreskrifter

Kursen ges på engelska.

Kursutvärdering kommer att genomföras enligt de riktlinjer som är fastställda av Kommittén för utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Litteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Kursledaren kommer att tillhandahålla obligatorisk litteratur i form av vetenskapliga artiklar, industrirapporter och case-studier.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary.; Opresnik, Marc Oliver.

Principles of marketing

18e global edition. : Harlow, England : Pearson, [2021] - 728 pages

ISBN:1292341130 LIBRIS-ID:fr9vmw5tctsp8vmv

[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](#)