



**Karolinska
Institutet**

Kursplan för

Marknadsföring och försäljning inom life science, 6 hp

Marketing and Sales in Life Sciences, 6 credits

Denna kursplan gäller från och med höstterminen 2024.

Observera att kursplanen finns i följande versioner:

HT21 , HT22 , HT24

Kurskod	4BP047
Kursens benämning	Marknadsföring och försäljning inom life science
Hp	6 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	Utbildningsnämnden LIME
Datum för fastställande	2021-04-19
Reviderad av	Utbildningsnämnden LIME
Senast reviderad	2024-02-14
Kursplanen gäller från	Höstterminen 2024

Särskild behörighet

Lägst betyget G på kurserna Bioentreprenörskapsteori, Industriell ekonomi, Kommunikation i bioentreprenörskap 1, Marknadsanalys, Kommunikation i bioentreprenörskap 2 och Praktikplacering 1 på Masterprogrammet i bioentreprenörskap.

Mål

Kursen syftar till att ge förståelse för grunderna i marknadsföring och försäljning inom life science-sektorn.

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- Förklara begrepp, teorier, metoder och modeller inom marknadsföring och försäljning samt förstå och diskutera när det är relevant att använda dessa i sammanhang inom life science sektorn.
- Praktiskt tillämpa teorier och modeller i marknadsföring och försäljning för att analysera problem

som företag och organisationer stöter på, och kunna identifiera och argumentera för lösningar på dessa problem från ett marknadsföringsperspektiv.

- Kritiskt bedöma och utvärdera olika etiska dimensioner inom marknadsföring och försäljning.

Innehåll

Kursen behandlar följande teman:

- Psykologi för köp- och köparbeteende
- Marknadsföringsteknologi
- Marknadskommunikation
- Varumärkeshantering
- Personlig försäljning
- Försäljningspsykologi
- Marknadsföring och försäljningsautomatisering
- Försäljningsmetodik och försäljningsprocesser
- Key account hantering
- Försäljningsorganisation och försäljningsledning

Arbetsformer

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, case-studier samt uppgifter på grupp såväl som på individuell nivå. 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.

Examination

Examinationen består av:

- Ett teamuppgift (G/U)
- En individuell skriftlig uppgift (G/U)
- En individuell muntlig uppgift (G/U)
- En skriftlig tentamen (VG/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 måste studenten få betyget "väl godkänd" på den skriftliga tentamen.

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.

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.

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.

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 ytterligare obligatorisk litteratur i form av vetenskapliga artiklar, rapporter, case-studier samt föreläsningmaterial.

Kotler, Philip

Principles of Marketing, Global Edition

PEARSON EDUCATION LIMITED, 2023

ISBN:9781292449364 LIBRIS-ID:8rzmr36m6l8ctt5j

URL: [Länk](#)

[Sök i biblioteket](#)

Rekommenderad litteratur