



KURSPLAN

Industriell marknadsföring och inköp, 7,5 högskolepoäng

Industrial Marketing and Purchasing, 7,5 credits

Kurskod:	TIMS22	Utbildningsnivå:	Avancerad nivå
Fastställd:	2025-05-01	Utbildningsområde:	Tekniska området
Gäller fr.o.m.:	2025-09-01	Ämnesgrupp:	Industriell ekonomi och organisation
		Fördjupning:	A1N Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav
		Huvudområde:	Industriell organisation och ekonomi

Lärandemål

Efter genomgången kurs ska studenten:

Kunskap och förståelse

- visa kunskap och förståelse om industriell marknadsföring och inköp, innefattande kunskap om grundläggande begrepp, metoder och modeller samt orientering om aktuella forskningsfrågor
- visa fördjupad förståelse för hur nätverk, strategi, funktioner och individer inom industriell marknadsföring och inköp förhåller sig till varandra och vilken betydelse det har för helheten i produktframtagningsprocessen

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att med helhetssyn och varierande perspektiv kritiskt, självständigt och kreativt identifiera, formulera och hantera komplexa frågeställningar relaterat till industriell marknadsföring och inköp
- visa förmåga att med fokus på industriell marknadsföring och inköp utveckla och utforma produkter, processer och system med hänsyn till människors förutsättningar och behov och samhällets mål för ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling
- visa förmåga att muntligt och skriftligt i dialog med olika grupper klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa
- visa förmåga till lagarbete och samverkan i grupper med olika sammansättning

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa förmåga att göra bedömningar av värdet som skapas för kunder med hänsyn till hållbara aspekter inom industriell marknadsföring och inköp
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att fortlöpande utveckla sin kompetens.

Innehåll

Kursen ger fördjupade kunskaper och förmågor inom industriell marknadsföring och inköp. Särskilt fokus ges på interfunktionellt samarbete mellan individer, funktioner och företag som kritisk faktor för konkurrenskraftig produktframtagning och en hållbar affärsverksamhet.

Kursen innehåller följande moment:

- Kopplingen mellan industriell marknadsföring och inköp och övriga delar i en organisation.
- Nätverkets betydelse för industriell marknadsföring och inköp
- Från produkt till tjänster: att skapa kundvärde genom differentiering.

- Entreprenöriellt förhållningssätt till produktframtagningsprocessen ur industriell marknadsföring och inköp samt Design Thinking
- Strategisk industriell marknadsföring och inköp.
- Produkt, tjänster, affärserbjudande och prissättning
- Organisationers köpbeteende, säljallokeringar, och metoder för att samla in och analysera marknadsinformation.

Undervisningsformer

Föreläsningar, seminarier och handledningstillfällen.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Behörighetskrav

Kurser omfattande minst 150 hp inom programmet ska vara godkända samt genomgångna kurser i Logistik 7,5 hp och Industriell ekonomi 7,5 hp (eller motsvarande kunskaper).

Examination och betyg

Kursen bedöms med betygen 5, 4, 3 eller U.

Kursens slutbetyg utgör en sammanvägning av ingående examinationsmoment. Kursens slutbetyg utfärdas först när samtliga moment godkänts.

Poängregistrering av examinationen för kursen sker enligt följande system:

Examinationsmoment	Omfattning	Betyg
Projektarbete ¹	2 hp	G/U
Seminarier ²	2 hp	G/U
Inlämningsuppgift	3,5 hp	5/4/3/U

¹ Projektarbetet utförs i grupp.

² Seminarier kräver aktivt deltagande.

Kurslitteratur

Observera att kurslitteraturen kan komma att ändras fram till åtta veckor före kursstart.

Forskningsartiklar och bokkapitel som delas ut under kursen.