

Kursens beskrivning: Kursen ger en helhetsbild av marknadsföringen samt dess strategiska betydelse för företagets framgång på marknaden. Betydelsen av långsiktighet och hållbarhet i företagets marknadsrelationer lyfts fram. Föreläsningarna innehåller såväl teori som praktiska illustrationer där gästföreläsare spelar en central roll. Övningarna fokuserar på strategisk analys av hur företag utformar erbjudanden på marknaden samt hur de hanterar sina kundrelationer. Övningarna fördjupar förståelsen för marknadsföringens roll i ett företags verksamhet.

Kursens lärandemål: Du har förståelse för marknadsföringens roll i företag och kunskap om de olika frågeställningar som marknadsföringsansvariga arbetar med.

Efter avlagd kurs förväntas du kunna:

- Redogöra för marknadsföringens olika delområden och de centrala modeller och begrepp som hör till dessa.
- Koppla olika marknadsföringsaktiviteter till företagets strategiska målsättningar.
- Utgående från ett konkret exempel på ett företag analysera dess verksamhet ur ett strategiskt marknadsföringsperspektiv.

Kurskod: 1123-OPU

Studiepoäng: 6 ECTS

Tidpunkt: Period 2: 27.10.2025 – 12.12.2025

Nivå: Grundstudier

Undervisningsspråk: Svenska

Anmälningsdatum: Senast 19.10.2025 via Öppna Hanken. Anmälan till kursens övningar senast 7.11.2025 i Moodle.

Examinator: Sonja Sarasvuo, Biträdande Professor, Institutionen för Marknadsföring

Föreläsare: Sonja Sarasvuo & Helena Liewendahl, Institutionen för Marknadsföring

Mottagningstid: Enligt överenskommelse
E-post: sonja.sarasvuo@hanken.fi
Tel. 050-63900

Undervisningsformer: Föreläsningar, gästföreläsningar, övningar och litteraturstudier. Alla undervisnings- och övningstillfällen sker online i Microsoft Teams. Gästföreläsningar och övningstillfällen är obligatoriska.

Kurshemsida:	Kursens hemsida hittas i Moodle: https://moodle.hanken.fi Självregistrering med kursnyckel: mfstrategi2025	
Total arbetsmängd:	160 timmar fördelat enligt följande:	
	Schemalagd undervisning	30 timmar
	Icke-schemalagt arbete	130 timmar
Kurslitteratur:	Kotler, P., Armstrong, G. & Parment, A. (2022). Marknadsföring: Teori och tillämpningar. Tredje upplagan. Essex, England: Pearson. ISBN: 978-1-29240-453-0	
Examination:	E-tentamen och övningsarbete. Instruktioner publiceras på kursens Moodle-sida. Tentamen omfattar hela kursboken.	
Bedömning:	Kursen kan ge totalt 100 poäng. Poängen är fördelade enligt följande:	
	Tentamen (individuell)	80 poäng
	Övningsarbete (i grupp)	20 poäng
	OBS! För att bli godkänd i kursen måste minst 50 % av poängen i tentamen och minst 50 % av poängen i övningsarbetet erhållas.	
Kursens vitsordsskala:	0–49 Underkänd 50–59 Försvarlig -> 1 60–69 Nöjaktig -> 2 70–79 God -> 3 80–89 Mycket god -> 4 90–100 Utmärkt -> 5	
Närvaro:	Gästföreläsningar (markerade i rött i kursschemat) är obligatoriska. De ordinarie föreläsningarna är frivilliga, men rekommenderas starkt. Övningstillfällena utgör en del av examinationen i kursen och är således obligatoriska. Kontakta föreläsaren om du missar en obligatorisk gästföreläsning eller övning (t.ex. vid sjukfall).	
AI-baserade verktyg:	Kursen följer Hankens riktlinjer för användning av artificiell intelligens (AI) i undervisning. AI-baserade verktyg får användas som stöd i kursens övningsarbete (t.ex. för disposition eller språkgranskning). Om AI-baserade verktyg används i övningsarbetet måste detta beskrivas i detalj i en separat bilaga som sätts i slutet av arbetet. Som grundregel får du aldrig rakt kopiera in en text som har skapats av AI-baserade verktyg och påstå att detta är din egen text. Notera också att svar från AI-baserade verktyg inte kan hänvisas till som källor. Läs mera på denna sida: https://www.hanken.fi/sv/studerande/learning-lab/ai-i-studier-vid-hanken-riktlinjer-studenter	

Kursschema (uppdateringar kan förekomma):

Datum	Tid	Plats	Föreläsare	Tema (kapitel i kursboken)
Mån 27.10.	16.00-17.30	Teams	Sonja Sarasvu	Kursintroduktion
Ons 29.10.	16.00-17.30	Teams	Helena Liewendahl	Marknadsföringens grunder (1,2,3)
Mån 3.11.	16.00-17.30	Teams	Sonja Sarasvu	Marknadsföring av produkter & promotionmixen (10,13)
Tors 6.11.	16.00-17.30	Teams	Helena Liewendahl	Kundrelationer & lojalitet (1)
Tors 7.11.	23.59	Deadline anmälan till övning (Moodle)		
Mån 10.11.	16.00-17.30	Teams	Gästföreläsning: Axel Toukkari, If Skadeförsäkring Ab Modererad av Sonja Sarasvu	
Tis 11.11.	16.00-17.30	Teams	Helena Liewendahl	Marknadsföring av tjänster (10)
Tors 20.11.	17.45-19.15	Teams	Helena Liewendahl	Prissättning (11)
Mån 24.11.	16.00-17.30	Teams	Sonja Sarasvu	Marknadskanaler (12)
Tors 27.11.	16.00-17.30	Teams	Helena Liewendahl	Marknadsundersökningar & konkurrensfördelar (4,14)
Mån 1.12.	16.00-17.30	Teams	Sonja Sarasvu	Konsumentbeteende & segmentering (6,8)
Tors 4.12.	17.45-19.15	Teams	Gästföreläsning: Minna Berg, Potential Foods Oy Modererad av Helena Liewendahl	
Mån 8.12.	16.00-17.30	Teams	Sonja Sarasvu	Varumärken (9)
Tis 9.12.	16.00-17.30	Teams	Helena Liewendahl	Hållbar marknadsföring (5)
Fre 12.12.	23.59	Deadline övningsarbete (lämnas in på Moodle)		
Mån 15.12.	16.00-19.15	Teams	Helena Liewendahl	Övningstillfälle Grupp A
Tis 16.12.	16.00-19.15	Teams	Helena Liewendahl	Övningstillfälle Grupp B
Tors 18.12.	16.00-19.15	Teams	Helena Liewendahl	Övningstillfälle Grupp C
Må 8.12 – Fre 26.12	E-tentamen (boka din tid i Exam fr.o.m. 7.11.2025)			
Må 12.1 – Fre 30.1	E-tentamen, frivillig omtagning (boka din tid i Exam fr.o.m. 12.12.2025)			