



Välkommen till Högskolan i Gävle och Akademin för Utbildning och Ekonomi

KURSNAMN **Marknadsföring A, distans 7,5 hp**

KURSKOD **FEG140**

ANMÄLNINGSKOD **21132**

KURSVECKOR **v. 14-22**

KURSPLAN [KURSPLAN](#)

PERIOD FÖR KURSREGISTRERING I STUDENTPORTALEN: 28:e mars 2016–3:e april 2016

KURSANSVARIG **Gautam Agarwal**

KONTAKTUPPGIFTER gautam.agarwal@hig.se

KURSADMINISTRATION **Angelica Selin**

KONTAKTUPPGIFTER kurs-aue@hig.se

Om du avbryter dina studier inom tre veckor från kursens startvecka, s.k. tidigt avbrott, ska du anmäla detta i Studentportalen. Om du avbryter senare än tre veckor anmäler du det till kursadministrationen.

KOM IGÅNG MED STUDIERNA!

Mer information på www.hig.se/nystudent

1 DATORKONTO

Nya studenter kan hämta datorkonto via webkonto.student.hig.se tidigast två veckor före teminstart. Datorkontot ger dig tillgång till Högskolans webbtjänster.

2 STUDENTPORTALEN

Registrera dig på din kurs i Studentportalen via studentportal.hig.se

3 BLACKBOARD

På lärplattformen Blackboard hittar du kursmaterial. Logga in i Blackboard via Studentportalen, sök fram din kurs och skriv in/enrolla dig i kursen.

Kurs-ID i Bb *FEG140.21132.2016*

Access-kod *Eventuell accesskod skickas via e-post*

Period för enrollment: **2016-03-28 – 2016-04-15**

Bra att veta om tentamen

Det är obligatoriskt att anmäla sig till salstentamen och omtentamen på Högskolan i Gävle. Till salstentamen på campus ska du anmäla dig i KronoX senast 10 dagar före tentamensdagen. Om du missar att anmäla dig får du endast skriva tentamen i mån av plats. Du som vill skriva tentamen på annan ort måste ansöka om detta. Ansökan ska vara inlämnad senast tre veckor före tentamensdagen. Läs mer på www.hig.se/tentamen

Om kursen och kurslitteraturen

Marknadsföring A ger dig en bred introduktion och orientering kring frågor och aspekter som har särskild betydelse för ett företags marknadsföring. I kursen möter du centrala begrepp, modeller och arbetsmetoder inom marknadsföringsteori. Del av uppgifterna kommer att genomföras i grupp.

Kurslitteraturen för denna kurs består av:

1) Kotler P., Armstrong G., Parment, And., *Principles of Marketing*, Swedish Edition, Prentice Hall, London, ISBN 9781782731764. Observera att boken är på engelska.

2) Sohlberg P., Sohlberg B-M., *Kunskapens former – Vetenskapsteori och forskningsmetod*, senaste upplaga, Liber, Stockholm, ISBN 978-91-47-09880-4.

Mer information, detaljer och svar på eventuella frågor angående kursen ges på kursens Blackboardsida i samband med kursstarten vecka 14.