



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE150 Introduktion till företagsekonomi för marknadsförare, 12,5 högskolepoäng

Fundamentals of Business Administration for Marketers, 12.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-10-01

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2020

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Matematik 3b / 3c, Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2 eller Engelska B, Matematik C, Samhällskunskap A (Områdesbehörighet 4/A4).

Grundläggande behörighet med undantag för Svenska.

Mål

Delkurs: Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för värde, erbjudandet, affärer och marknader, från det lokala till det globala perspektivet
- tillämpa elementen i en marknadsplan
- definiera erbjudanden som en marknadsföringsmix
- förklara hur konsumenten är grunden för affärer
- definiera behov samt utbytet av värde och pris

Delkurs: Ekonomistyrning, 5 högskolepoäng

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för grundläggande begrepp av kvantitativa modeller inom ekonomistyrning samt hur dessa tillämpas i olika situationer
- tillämpa modeller och begrepp som behandlas inom kursen, såsom rörliga och fasta kostnader, resultatplanering, budgetering, avvikelleanalys, prestationsmätning och investeringskalkylering
- redogöra för hur olika modeller inom ekonomistyrning tillämpas i olika situationer med stöd av relevanta data och modeller och begrepp som diskuteras i kursen

Innehåll

Delkurs: Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Delkursen innehåller:

- definition av värde
- konsumtion av värden och tillfredsställelse
- konsumentbeteende
- vad konsumenten konsumerar: erbjudandena: produkter, tjänster och upplevelser
- företaget som aktör på marknaden
- företagande som erbjudande av värden
- prissättning: förstå och fånga kundvärde
- relationer som en konsekvens av utbytet av värden
- masskommunikation, segmentering och personalisering
- företagandet som skapandet av förväntningar på sina erbjudanden: varumärkning och kommunikation
- skapandet av värden, i företaget, med andra företag och med konsumenterna

Delkurs: Ekonomistyrning, 5 högskolepoäng

Delkursen innehåller:

- nyckelbegrepp inom ekonomistyrning
- budgetering
- beräkningar av rörliga och fasta kostnader, intäkter och resultat
- resultatplanering
- budgetering och avvikelleanalys
- metoder för investeringskalkylering
- prestationsmätningar

Undervisningsformer

För samtliga delkurser gäller följande:

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier. Datum för obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Delkurs: Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Delkursen examineras genom två skriftliga tentamina och en skriftlig uppgift.

Delkurs: Ekonomistyrning, 5 högskolepoäng

Delkursen examineras genom skriftlig tentamen och case.

För samtliga delkurser gäller följande:

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med delkursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärderingen ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: Kursen överlappar 1FE105 med 100 %.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk kurslitteratur

Delkurs: Marknadsföring, 7,5 högskolepoäng

Armstrong, G., Brennan, R., Harker, M. & Kotler, P. *Marketing. An introduction*. Pearson. Senaste europeiska upplaga. Cirka 600 sidor.

Vetenskapliga artiklar inom marknadsföring. Cirka 100 sidor.

Delkurs: Ekonomistyrning, 5 högskolepoäng

Gowthorpe, C., *Business Accounting & Finance*. Cengage Learning EMEA. Senaste upplaga. Cirka 610 sidor.