



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 2014-10-01

Senast reviderad 2021-02-11 av Ekonomihögskolan. Kursmål och innehåll för delkurs Ekonomistyrning

Smärre justeringar av redaktionell art inkl. formalia- och standard texter.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2021

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: Redovisning, 5 högskolepoäng

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- förklara och exemplifiera de centrala begreppen inom ekonomi- och ledningsredovisning
- beskriva innehållet i finansiella rapporter och beräkna bokföringsgraden för att underlätta grundläggande analys av finansiella rapporter

- fastställa produktkostnader och identifiera kopplingar mellan kostnad och prissättning
- bestämma kostnadsbeteende och utföra kostnads-volym-vinst-analys
- analysera budgetens roll i organisationsplanering och ta fram en omfattande uppsättning budgetar
- presentera och tolka de enkla metoderna för utvärdering av kapitalinvesteringar
- tillämpa modellerna för ekonomi- och ledningsredovisning i olika situationer

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: Redovisning, 5 högskolepoäng

Delkursen innehåller:

- nyckelbegrepp inom ekonomistyrning
- finansiella rapporter
- bokföringsgrader
- produktkostnad
- prissättning
- vinst- och försäljningsplanering
- budgetplanering
- beslut om kapitalinvestering

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: Redovisning, 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 måloppfyllelse.

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: 1FE105 med 12,5 hp.

Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen är engelska kommer även examinationer ges på engelska.

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: Redovisning, 5 högskolepoäng

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