



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE690 Business Relations, 7,5 högskolepoäng
Business Relations, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-06-15

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Företagsekonomi 22,5 hp varav 15 hp organisation och marknadsföring.

Förväntade studieresultat

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- beskriva och förklara vad som kännetecknar professionella marknader och hur företag relaterar till varandra med ett nätverksperspektiv
- beskriva och förklara inköpsfunktionens roll vid professionella affärsrelationer
- analysera en verklig affärssituation genom att tillämpa teorier om nätverk och affärsrelationer
- kommunicera praktisk och teoretisk förståelse om nätverk och affärsrelationer med ett strategiskt perspektiv

Innehåll

- Nätverksperspektiv
- Hantera relationer med professionella kunder, leverantörer och andra affärspartners
- Utformning och genomförande av ett erbjudande
- Teknologi och utveckling på professionella marknader
- Strategi på professionella marknader

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, gäst föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Gästföreläsningar och seminarier är obligatoriska. Aktivt deltagande krävs vid seminarier där uppgifter behandlas och presenteras. Deltagande i uppgifter och seminarier är obligatoriskt, liksom förberedelse för dessa.

Kursen ges på engelska.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

The grading is based on assessment of the written exams, reports and the student's ability to present and discuss report contents. Results are graded using one of the terms Passed with distinction, Pass or Fail, and A-F according to the ECTS scale.

Students who do not achieve a satisfactory result in the examinations are permitted to make a second attempt approximately 5-8 weeks after the normal examination date. The student will have a minimum of five occasions for written exams in relation to the syllabus to which the student was accepted. Usually 3 occasions per academic year.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Obligatorisk litteratur

Ford, D., Gadde, L-E., Håkansson, H. & Snehota, I. (2006). The Business Marketing Course: Managing in Complex Networks (Senaste upplagan). Wiley: Chichester. 288 s. ISBN: 0470034505

Additional teaching material

Articles and other selected material