



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE720 Företagsekonomi II - marknadsföring och organisation, 15
högskolepoäng

Business Administration II - Marketing & Organisation, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställt av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-12-10

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-30 hp, eller minst 15 hp organisation och marknadsföring

Förväntade studieresultat

DELKURS 1 Business Relations, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- förstå hur professionella marknader fungerar i teorin och praktiken (med professionella marknader avses marknader där köp och försäljning äger rum mellan företag och organisationer, s.k. "business-to-business")
- förstå relationer mellan företag och andra organisationer ur ett nätverksperspektiv
- sätta professionella affärsrelationer i ett samhälleligt sammanhang
- beskriva och reflektera över internationaliseringsprocessen i ett företag
- förstå begreppet kultur och dess påverkan på internationella affärsrelationer
- tillämpa kursens modeller och teorier om professionella affärsrelationer på praktikfall

DELKURS 2 Organisation - teori och beteende, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- diskutera centrala begrepp inom organisationsforskningen utifrån ett symboliskt och postmodernt perspektiv med en kritisk ansats
- förstå hur organiseringens processer skapar och utvecklar organisationer
- förstå och reflektera kring organisationsämnet ur ett skandinaviskt perspektiv ställt i relation till internationellt vedertagna begrepp

Innehåll

Kursens innehåll bygger på forskning inom ämnesområdet och dess förhållande till en samhällsvetenskaplig kontext.

DELKURS 1 Business Relations, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Professionella marknader och hur företag och organisationer relaterar till varandra
 Nätverkssynsättet
 Affärsrelationer med kunder, leverantörer och mellanhänder
 Teknologi på professionella marknader
 Strategi på professionella marknader
 Kultur och internationella relationer

DELKURS 2 Organisation – beteende och trender, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Under kursen studeras och diskuteras centrala organisationsbegrepp som t.ex. semiotik, struktur, kunskap, makt, rationalitet, ideologi, jaget, gränser effektivitet och beslutsfattande. Dessutom studeras och diskuteras populära organisations-recept, deras spridning och effekter för organisering och exempel ges på empirisk organisations-forskning och dess kunskapsbidrag.

Undervisningsformer

Undervisningen består av en inledande obligatorisk föreläsning följt av självstudier med hjälp av kursens IT-plattform LearnGate. Däri ingår inlämningsuppgifter och diskussionsuppgifter.

Bedömning av de studerandes prestationer sker genom inlämning av skriftliga rapporter på inlämningsuppgifter, deltagande i diskussionsforum med obligatoriska inlägg, samt skriftlig tentamen.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd. För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

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

DELKURS 1 Business Relations, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Obligatorisk litteratur

Ford, D., Gadde, L-E., Håkansson, H. & Snehota, I. (2003). *Managing Business Relationships*. Wiley: Chichester. 206 s. ISBN: 0470851252

Kompendium:

Andersson, S. (1998). The network perspective – its origin and differences to the marketing management approach. *ESBRI*.

Andersson, S. (2000). Internationalisation of the firm from an entrepreneurial perspective. *International studies of management and organisation*, vol. 30, no. 1, spring, pp. 63-92.

Björkman, I. & M. Forsgren, (2000). Nordic international business research, *International studies of management and organisation*, vol. 30, no. 1, spring, pp. 6-25.

Gómez Arias, J.T. & Bello Acebrón, L.B., Postmodern approaches in business-to-business marketing and marketing research. *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 16 no. 1 2001, pp. 7-20, University Press.

Schein, E. H. (1991). What is culture?, in Frost, P. J. et al, "Reframing organisational culture", Sage: London. ISBN: 0803936516

Övriga läromedel

Artiklar

Instruktioner i IT-plattformen Learngate

Referenslitteratur

Patel, R. Davidsson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. 3:e uppl. Lund: Studentlitteratur. 149 s. ISBN 91-44-022883

Svenska språknämnden (2000). *Svenska skrivregler*. 2:a uppl. Malmö : Liber Förlag AB. ISBN 47-04974-X.

DELKURS 2 Organisation – beteende och trender, 7,5 hp (7,5 ECTS)

Obligatorisk litteratur

Jackson N & Carter P (2002) *Organisationsbeteende i nytt perspektiv*, Liber Ekonomi, Malmö ISBN 91-47-06366-1

Alt. (2000) *Rethinking organizational behavior*, Financial Times/ Prentice Hall, Pearson Education, Harlow ISBN 0273630075

Rövik, K A (2000) *Moderna organisationer – trender inom organisationstänkandet vid millennieskiftet*, Liber AB, Malmö ISBN 19-47-04463-2

Övriga läromedel

Instruktioner i IT-plattformen Learngate