



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE760 Företagsekonomi I - organisation, marknadsföring & ekonomistyrning, 30 högskolepoäng

Business Administration I – Organisation, Marketing & Management Accounting, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-05-05

Senast reviderad 2011-12-09. Reviderad pga översättning till engelska

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Engelska B, Matematik B, Samhällskunskap A. (Områdesbehörighet 4 med undantag från Matematik C).

Förväntade studieresultat

DELKURS 1 Organisation och Ledarskap, 6 hp

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- redogöra för grundläggande teori inom organisering och ledning
- redogöra för klassiska bidrag till organisationsteorin och ämnets utveckling
- tolka organisatoriska fenomen utifrån olika perspektiv
- argumentera för olika handlingsalternativ i en organisation, i förhållande till teori och val av perspektiv

DELKURS 2 Marknadsföring, 6 hp

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- redogöra för och analysera grundläggande teori inom konsumentrelaterad marknadsföring

- identifiera och diskutera de skilda faserna i en organisations marknadsföringsprocess
- redogöra för och diskutera tjänstemarknadsföringens begrepp och modeller, liksom betydelsen av relationshantering inom marknadsföring
- beskriva och klarlägga skillnader mellan konsumentrelaterad marknadsföring och industriell marknadsföring, "Business-to-Business"
- beskriva och diskutera grundläggande frågeställningar inom svensk marknadsrättslig lagstiftning och marknadsetik.

DELKURS 3 Fältstudie, 3 hp

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- formulera en forskningsfråga i förhållande till teori och empiri
- redogöra för och tillämpa vetenskaplig undersökningsmetodik
- tillämpa grundläggande kunskap om struktur och formalia för en akademisk rapport
- tillämpa kunskap om teorier och perspektiv från delkurs 1 och 2 för att förstå organisationer
- genomföra en mindre fältstudie inklusive skriftlig och muntlig rapportering.

DELKURS 4 Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för grundläggande ekonomiska begrepp
- känna till företagandets grundläggande villkor, inklusive olika företagsformer
- översiktligt beskriva redovisningens roll, syften och ramar
- redogöra för grundläggande principer, praxis och lagar i affärsredovisning
- redogöra för grundläggande principer och metoder i budgetering
- tillämpa de teoretiska kunskaperna i att kontera och sammanställa enklare bokslut och budgetar
- förklara och tillämpa elementär räkenskapsanalys
- använda datorstöd inom redovisning
- känna till årsredovisningens delar
- känna till den externa rapporteringens innehåll och utformning

DELKURS 5 Kalkylering och intern redovisning, 7,5 hp

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- översiktligt beskriva ekonomistyrningens roll i företaget
- känna till ekonomisystemets delar och funktion
- redogöra för grundläggande kalkyleringsmodeller och metoder
- tillämpa kunskaper i enklare produkt- och investeringskalkylering
- använda datorstöd inom kalkylering
- förklara och tillämpa grundläggande principer om standardkostnad och interpriser
- förklara grundläggande principer inom intern redovisning och organisationer

Innehåll

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

DELKURS 1 Organisation och Ledarskap, 6 hp

- Organisationsteoretiska klassiker och ämnets utveckling
- Organisationens människor, arbete och motivation
- Formell och informell social struktur

- Organisationens omvärld och strategi
- Politik och makt
- Kultur och symbolik
- Ledarskap som perspektiv och praktik
- Förändring och lärande
- Kön och mångfald i organisationer

DELKURS 2 Marknadsföring, 6 hp

- Marknadsanalys, planering och strategi
- Marknadsmix och konkurrensmedel, såsom produkt- och tjänsteerbjudande, pris, marknadskommunikation, distribution, varumärke och image - primärt med fokus på konsumentsektorn
- Industriell marknadsföring, ”Business-to-Business”, relationer och nätverk
- Kunden - beteende, målgrupper, relationer och värdeskapande
- Service management - servicelogik och marknadsföring av tjänster
- Svensk marknadsrättslig lagstiftning och marknadsetiska frågeställningar

DELKURS 3 Fältstudie, 3 hp

- Introduktion till vetenskaplig metodologi
- Analys av organisatoriska och marknadsrelaterade frågor
- Skrivande och muntlig presentation av akademisk rapport

DELKURS 4 Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp

- Grundläggande ekonomiska begrepp och termologi
- Företagandets grundläggande villkor, inklusive olika företagsformer
- Redovisningens roll, syften och ramar
- Principer, praxis och lagar inom affärsredovisning
- Redovisning av affärshändelser
- Principer, praxis och lagar avseende värdering och uppdelning av företags tillgångar och skulder
- Företagens skatter och avgifter
- Eget kapital inom olika företagsformer
- Upprättande av bokslut
- Elementär räkenskapsanalys
- Budgeteringsprocessen och dess olika steg
- Datorstöd vid redovisning och räkenskapsanalys
- Den externa rapporteringens innehåll och utformning

DELKURS 5 Kalkylering och intern redovisning, 7,5 hp

- Ekonomistyrningens roll
- Grundläggande kalkylbegrepp och termologi
- Grundläggande kalkylmetoder
- Grundläggande kostnads- och intäktsanalys
- Produkt- och orderkalkylering i olika beslutssituationer
- Kalkyler som underlag för investeringsbeslut
- Modeller för standardkostnader och internpriser
- Datorstöd vid kalkylering
- Den interna redovisningens grunder

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Deltagandet i och förberedelser inför vissa, i kursinformation angivna, seminarier är

obligatoriskt. Under kursen integreras teori och praktik aktivt. Detta görs bland annat genom besök på och interaktion med företag eller andra organisationer. Studenterna introduceras i det traditionella akademiska arbetssättet med muntlig och skriftlig framställning av eget material, opposition och seminarieverksamhet.

Undervisningen bedrivs på svenska.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examinationen sker genom enskilda skriftliga tentamina och genom i grupp författade rapporter, så som angivet i kursinformation. I examinationen ingår att genomföra muntlig framställan inför grupp på ett professionellt sätt. Ett aktivt deltagande under obligatoriska seminarier förutsätts också för godkänt resultat.

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.

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.

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 Organisation och ledarskap, 6 hp

Bolman, L. D. & Deal, T. E. Nya perspektiv på organisation och ledarskap. Lund: Studentlitteratur. 555 s. Senaste upplagan

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Urval av 621 s. Senaste upplagan

Kompletterande litteratur om organisation, ledarskap och genus. 500 s.

DELKURS 2 Marknadsföring, 6 hp

Kotler, P. Armstrong, G. Parment, A. Principles of Marketing Swedish Edition. Harlow: Pearson Education Ltd. Ca 500 s. Senaste upplagan

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Urval av 621 s. Senaste upplagan

Grönroos, C. Marknadsföring i tjänsteföretaget. Malmö: Liber Ekonomi. 100 s. Senaste upplagan

Svensson, C. A. Den svenska marknadsföringslagstiftningen. Lund: Studentlitteratur. 130 s. Senaste upplagan

Övriga läromedel:

Kurshandledning

Artiklar 300 s.

DELKURS 3 Fältstudie, 3 hp

Kotler, P. Armstrong, G. Parment, A. Principles of Marketing Swedish Edition. Harlow: Pearson Education Ltd. Ca 500 s. Senaste upplagan

Bolman, L. D. & Deal, T. E. Nya perspektiv på organisation och ledarskap. Lund: Studentlitteratur. 555 s.

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Urval av 621 s. Senaste upplagan

Grönroos, C. Marknadsföring i tjänsteföretaget. Malmö: Liber Ekonomi. 100 s. Senaste upplagan

Svensson, C. A. Den svenska marknadsföringslagstiftningen. Lund: Studentlitteratur. 130 s. Senaste upplagan

Kompletterande litteratur om organisation, ledarskap och genus. 500 s.

DELKURS 4 Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp

Obligatorisk litteratur

Thomasson, J., Arvidson, P., Lindquist, H., Larson, O., Rohlin, L. (2006). Den nya affärsredovisningen. Senaste upplagan.

Thomasson, J., Arvidson, P., Lindquist, H., Larson, O., Rohlin, L. (2006). Den nya Affärsredovisningen - Övningar. Senaste upplagan.

Thomasson, J., Arvidson, P., Lindquist, H., Larson, O., Rohlin, L. (2006). Den nya affärsredovisningen – Lösningar till övningsbok. Senaste upplagan.

Ax, C., Johansson, C., Kullvén, H. (2009). Den nya Ekonomistyrningen. 4:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi. 531 s. ISBN: 978-91-47-08976-5

Ax, C., Kullvén, H. (2009). Den nya Ekonomistyrningen, Övningsbok med lösningar. 4:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi. 320 s. ISBN: 978-91-47-09450-9

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

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Selection of 621 p. Latest edition

Övriga läromedel

Kurshandledning och kompendiematerial

DELKURS 5 Kalkylering och intern redovisning, 7,5 hp

Obligatorisk litteratur

Ax, C., Johansson, C., Kullvén, H. (2009). Den nya Ekonomistyrningen. 4:e uppl.

Malmö: Liber Ekonomi. 531 s.
ISBN: 978-91-47-08976-5

Ax, C., Kullvén, H. (2009). Den nya Ekonomistyrningen, Övningsbok med lösningar. 4:e uppl. Malmö: Liber Ekonomi. 320 s. ISBN: 978-91-47-09450-9

Bryman, A. & Bell, E. Företagsekonomiska forskningsmetoder. Malmö: Liber Ekonomi. Urval av 621 s. Senaste upplagan

Övriga läromedel
Kurshandledning och kompendiematerial