



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE929 Business Relations, 7,5 högskolepoäng

1FE929 Business Relations, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd 2015-05-13

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

### Förkunskaper

Minst 15 hp slutförda kurser från företagsekonomi, G1N, eller motsvarande. Engelska B/Engelska 6, eller motsvarande.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva och förklara vad som kännetecknar professionella marknader
- förklara och analysera relationer mellan företag och andra organisationer ur ett nätverksperspektiv
- resonera kritiskt kring begreppen kostnader, värde och prissättning, samt dess ekonomiska konsekvenser för affärsrelationernas olika intressenter
- kommunicera praktisk och teoretisk förståelse om nätverk och affärsrelationer i relation till teknologi
- tillämpa modeller och teorier gällande affärsrelationer på praktikfall, samt resonera kring samhälleliga och etiska aspekter

### Innehåll

Kursen innehåller:

- professionella marknader och hur företag och organisationer relaterar till varandra
- affärsrelationer med kunder, leverantörer och mellanhänder
- ekonomiska aspekter på affärsrelationer
- teknologi på professionella marknader
- nätverkssynsättet och olika aspekter av nätverkande

## Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier efter kursansvarigs instruktion. Undervisningen består av föreläsningar. Kursen förutsätter tillgång till dator och internet. Inga obligatoriska sammankomster på campus ingår.

## Examination

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

Kursen examineras genom två individuella skriftliga rapporter och en skriftlig tentamen.

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 kursstart, 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. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

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 kursvärdering 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 examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: 1FE706:1, 1FE690, 1FE693 och 1FE928 med 7,5 hp vardera.

## Övrigt

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

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

Kindström, D., Kowalkowski, C. & Parment, A. *Business marketing: managing value creation*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplaga. Cirka 250 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 100 sidor.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med examinator. Cirka 200 sidor.