



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE949 Internationell key account management, 7,5 högskolepoäng

1FE949 International Key Account Management, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2019-01-23

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

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Minst 15 hp slutförda kurser i Företagsekonomi G1N varav minst 7,5 hp marknadsföring och Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva den kompetens som krävs i rollen som Key Account Manager samt de strategiska överväganden som rollen omfattar
- förklara när, var, hur och varför Key Account Management är en lämplig strategi för att hantera interaktion, relationer och nätverk i ett internationellt sammanhang
- tillämpa kunskaper om Key Account Management för att planera och utvärdera affärsaktiviteter i ett internationellt sammanhang

Innehåll

Kursen innehåller:

- rollen som Key Account Manager – med fokus på affärsmannaskap och ledarskap i ett internationellt sammanhang

- Key Account Management och industriell marknadsföring – analys av interaktion, relationer och nätverk
- formulering och implementering av strategier för Key Account Management – marknadsanalys, kundklassificering, värdeskapande, planering, styrning och utvärdering

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier efter kursansvarigs instruktion. Undervisningen består av självstudier, deltagande i obligatoriska webbaserade gruppövningar samt individuella skriftliga arbeten. 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 ett projektarbete (3 hp), två fallstudier (å 2 hp) samt en skriftlig webbaserad tentamen (0,5 hp).

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.

Övrigt

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Cheverton, P. *Key Account Management*. Kogan Page. Senaste upplagan. Cirka 420 sidor.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar. Cirka 200 sidor.