



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för naturvetenskap och teknik

Institutionen för datavetenskap, fysik och matematik

1IL040 Affärsutveckling, marknad och strategi, 7,5 högskolepoäng

Business Development, Market and Strategy, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Informatik/Data- och systemvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-12-15

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Minst en termins studier i informatik (motsvarande 30 hp), inklusive kurs i informationslogistik, 1IL007, eller motsvarande.

Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs ska studenten:

- förstå hur affärsprocesser skapas, genomförs och förnyas
- förstå grundläggande begrepp relaterade till företags affärsprocesser
- förstå vetenskapliga undersökningsmetoder med särskilt fokus på datainsamling, analys och tolkning
- kunna genomföra informationssökning i vetenskapliga databaser
- kunna undersöka och presentera affärsutvecklingsprojekt
- kunna identifiera och utveckla teoretiska begrepp inom området marknadsföring och strategi
- kunna använda teori för att undersöka, beskriva och förstå empiriska sammanhang
- förstå teoretiska begrepp och definitioner och hur teori kan användas för att identifiera, analysera och lösa problem i företags affärsprocesser.

Innehåll

Under kursen ska studenten genomföra:

- litteratursökningar i vetenskapliga databaser relaterade till begrepp i

- kurslitteraturen
- analyser på kurslitteraturen
 - skriftlig tentamen
 - identifiera, planera, undersöka och rapportera om ett affärsutvecklingsprojekt på sitt partnerföretag.

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, seminarier kring kurslitteratur, artiklar och fältstudier, workshops och seminarier relaterade till studenternas partnerföretag.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

På begäran kan den studerande få sitt betyg översatt enligt ECTS-skalan. En sådan begäran skall ha inkommit till examinator före betygssättningen.

Bedömning av de studerandes prestationer sker genom skriftliga rapporter och/eller muntliga prov och/eller redovisning av obligatoriska uppgifter och olika former av tillämpningar. Den huvudsakliga formen för examination bestäms vid kursstart. För studerande som inte blivit godkänd vid ordinarie provtillfälle anordnas förnyad prövning i nära anslutning till ordinarie prov.

Kursvärdering

I samband med kursavslutningen genomförs en skriftlig kursvärdering enligt universitetets riktlinjer. Kursvärderingen arkiveras på institutionen.

Övrigt

Efter avslutad utbildning erhåller den studerande ett examensbevis efter ansökan hos Studentcentrums examensenhet.

Efter avslutad kurs kan den studerande i första hand själv ta ut studieintyg via studentportalen. I andra hand kan den studerande erhålla ett kursintyg efter begäran hos institutionssekreteraren.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Armstrong, G., Kotler, P. (senaste uppl.), *Marketing: an introduction*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall. 581 s.

Roos, G., Krogh, G. von, Roos, J. (2004), *Strategi - en introduktion* 2. uppl. Lund: Studentlitteratur. 345 s. ISBN: 978-91-44-02777-7.