



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakultetsnämnden för naturvetenskap och teknik

Institutionen för datavetenskap, fysik och matematik

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

1IL040 Business Development, Market and Strategy, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Informatik/Data- och systemvetenskap

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd 2009-12-15

Senast reviderad 2010-12-15 av Institutionen för datavetenskap, fysik och matematik.

Revidering av förkunskaper, förväntade studieresultat, innehåll, undervisningsform och kursvärdering.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

### Förkunskaper

Informatik 30 hp, inklusive informationslogistik 15 hp (1IL007), eller motsvarande.

## Mål

Efter genomgången kurs ska studenten:

- förstå hur affärsprocesser skapas, genomförs och förnyas
- förstå grundläggande begrepp relaterade till företags affärsprocesser
- kunna tillämpa vetenskapliga undersökningsmetoder med särskilt fokus på datainsamling, analys och tolkning
- kunna redogöra för centrala teorier och modeller inom området marknadsföring och strategi
- kunna genomföra och presentera resultatet av enklare marknadsanalyser
- kunna identifiera och beskriva kundvärden i erbjudanden
- kunna upprätta en marknadsplan.

## Innehåll

Kursen omfattar följande moment:

- affärsprocesser, processbeskrivning och processutveckling
- strategi, strategisk förmåga och strategiskt förändringsarbete
- affärsplanen och dess olika delkomponenter
- marknadsföringsstrategi
- konkurrensmedel i marknadsföringsarbetet
- kundvärde
- marknadsanalys och marknadsplanering

## Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, seminarier och projektarbeten.

## Examination

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 kursvärdering enligt universitetets riktlinjer. Resultatet av 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.