



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

4FE439 Hållbart affärs- och marknadsföringsledarskap, 6
högskolepoäng

Sustainable Business and Marketing Leadership, 6 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1N

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2013-04-23

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2013

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att 165 av 180 hp på år 1-3 på civilekonomprogrammet
inriktning marknadsföring har genomgåts med godkänt resultat.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- diskutera och analysera klassiska och moderna ledarskapsteorier
- identifiera, analysera och redovisa olika ledarstilar
- identifiera, analysera och redovisa vad som konstituerar ett hållbart ledarskap
- identifiera, analysera och redogöra för hur ledarskap kan användas i olika situationer
- identifiera, analysera och redogöra för hur ledarskap kan stödja företagets marknadsföring och affärsverksamhet
- reflektera över den egna ledarstilen samt relatera denna till relevant litteratur

Innehåll

Kursen innehåller:

- klassiska ledarskapsteorier, vilka haft stort inflytande på hur ledarskap kan förstås samt innebörden av de nyckelkomponenter de tillfört teoribildningen
- moderna ledarskapsteorier samt hur dessa kan medverka i företagets marknadsföringsarbete
- hållbart ledarskap relaterat till olika ledarbeteenden
- olika ledarstilar, vad som kännetecknar dem samt hur dessa relaterar till olika personligheter
- ledarbeteende kopplat till olika situationer: innebörden av att som chef hantera ledarskapsfrågor i olika situationer samt vad detta betyder för det utövade ledarskapet
- den egna ledarstilen: innebörden av självkänedom och hur denna kan användas för att få distans till den egna ledarstilen

Undervisningsformer

Föreläsningar, övningar och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat. I kursen erbjuds den enskilde studenten att använda ett psykometriskt instrument som ett av underlagen för reflektionen över den egna ledarstilen.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För kursen som helhet ges något av betygen: U, G eller VG samt A-F enligt ECTS betygsskala. Kursen examineras med en skriftlig tentamen samt ett individuellt paper.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet "Principer för betygsrapportering dnr 2011/160".

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. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Abib-Pech, M. (2013). *Leadership; how to lead effectively and get results*. London: Pearson/Financial Times, 342 s.

Fulmer, R. M., et al. (1998). The second generation learning organizations: New tools for sustaining competitive advantage. *Organizational Dynamics* 27(2): 6-20.

Gill, R. (2011). *Theory and Practice of Leadership* (2nd ed). Thousand Oaks: Sage, 511 s.

Holmberg, R., Larsson, M. & Bäckström, M. (2009). *Utvärdering av projektet hållbara chefer 2006-2009*. Lunds universitet, Lund University Commissioned Education, 58 s.