

Denna kursplan är nedlagd eller ersatt av ny kursplan.



Kursplan

Handelshögskolan vid Örebro universitet

Företagsekonomi, fortsättningskurs, 30 högskolepoäng Business Administration, Intermediate Course, 30 Credits

Kurskod:	FE200G	Utbildningsområde:	Samhällsvetenskapliga området
Huvudområde:	Företagsekonomi	Högskolepoäng:	30
Utbildningsnivå:	Grundnivå	Ämnesgrupp (SCB):	Företagsekonomi
Inrättad:	2015-11-20	Fördjupning:	G1F
Giltig fr.o.m.:	Höstterminen 2018	Senast ändrad:	2018-03-27
		Beslutad av:	Prefekt

Mål

Mål för utbildning på grundnivå

Utbildning på grundnivå ska utveckla studenternas

- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser ska studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att

- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(1 kap. 8 § högskolelagen)

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Efter genomgången kurs skall studenten kunna

- beskriva och förklara innebörden av centrala begrepp, modeller, teorier och perspektiv inom kursens olika delmoment
- beskriva och förklara innebörden av vad teori kan vara och användas till inom företagsekonomisk forskning
- beskriva och förklara innebörden av vetenskaplig metod inom företagsekonomisk forskning och utredningsarbeten.

Färdighet och förmåga

Efter genomgången kurs skall studenten kunna

- tillämpa företagsekonomiska teorier och modeller för att identifiera och analysera olika typer av företagsekonomiska problem
- genomföra projekt och utredningar utifrån metodologiska och teoretiska överväganden
- tillämpa olika vetenskapsmetoder för insamling av data, samt analysera och bearbeta resultat
- kommunicera resultaten av utredningar.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter genomgången kurs skall studenten kunna

- källkritiskt värdera information
- kritiskt granska olika typer av utredningar
- utveckla förmåga att värdera företagande och organisering utifrån ett etiskt förhållningssätt.

(Inom området teori och modellering)

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- övergripande redogöra för vad teori kan vara och vad teori kan användas till
- övergripande redogöra för huvuddragen i olika teoribildningar som förekommer i företagsekonomisk forskning
- redogöra för centrala begrepp och samband i tre teorier
- utifrån en teoretisk referensram utveckla en undersökningsmodell som syftar till att besvara en forskningsfråga
- kritiskt jämföra och värdera alternativa teoretiska ansatser vid besvarandet av en konkret forskningsfråga
- övergripande redogöra för vad vetenskaplig kunskap är, hur den genereras och olika synsätt på detta.

(Inom området organisation)

Efter genomgången kurs skall studenten kunna

- beskriva och förklara framväxten och innebörden av centrala begrepp som behandlar olika organisatoriska fenomen
- tillämpa teoretiska perspektiv och modeller på specifika organisatoriska problem
- tillämpa datainsamlings- och analysmetoder vid utredningsarbeten
- identifiera och kritiskt värdera företagsekonomiska problem utifrån ansvarstagande och hållbar utveckling.

(Inom området finansiell planering)

Den studerande ska efter avslutad kurs kunna

- beskriva och förklara hur beslut som tas inom företaget påverkar kapitalets storlek och sammansättning
- förklara vilka samband som existerar mellan kapitalanvändning, kapitalanskaffning och avkastning på kapital
- förklara vilka samband som existerar mellan ett företags verksamhet och kassaflöden
- analysera kapitalbindning i olika former
- beräkna företags kapitalkostnad
- kritiskt bedöma värdet av alternativa modeller för finansiell planering och analys
- utnyttja kalkylprogram vid utveckling av modeller för finansiell planering.

(Inom området marknadsföring)

Efter genomgången kurs skall studenten kunna

- övergripande redogöra för och praktiskt tillämpa idéframtagning, affärsmodell och positionering av produkt/tjänst på konsumentmarknader
- närmare redogöra för centrala begrepp, modeller och samband inom idéframtagning, affärsmodell och positionering av produkt/tjänst på konsumentmarknader
- planera och genomföra en produkt- eller tjänsteutvecklingsprocess, från idégenerering till dess att produkten eller tjänsten har kommersialiserats på en marknad
- identifiera och tillämpa datainsamlings- och analysmetoder vid projektarbeten
- kritiskt jämföra och värdera olika ansatser till idéframtagning, affärsmodell och positionering av produkt på konsumentmarknader
- kritiskt värdera etiska aspekter kopplat till varje led i produkt- eller tjänsteutvecklingsprocessen.

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen består av fyra delkurser.

Delkurs 1 Teori och modellering (7,5hp)

Delkursen består av tre moment. I det första momentet ges en introduktion i vad vetenskaplig kunskap är, hur den genereras samt olika synsätt på detta. Här är teoribegreppet centralt. Momentet inleds med ett praktikfall där studenterna problematiserar och genererar alternativa

förklaringsmodeller utifrån ett praktikfall. I det andra momentet introduceras några olika företagsekonomiska teorier. Därefter får studenterna arbeta med att analysera hur dessa tillämpats för att generera kunskap utifrån olika problem och med olika metoder i forskningsstudier presenterade i vetenskapliga artiklar. Det tredje momentet behandlar hur förklaringar till problem kan ges, sk modellering, och speciellt med utgångspunkt i teori. Studenterna får själva träna på modellering genom att ta fram en undersökningsmodell utifrån en egen framtagna forskningsfråga och teoretisk referensram.

Delkurs 2 Organisation (9 hp)

Delkursen behandlar centrala organisationsteoretiska teorier, begrepp och modeller och även hur organisationskunskap utvecklats över tid. Under delkursen breddar och fördjupar studenterna sin kunskap om organisation och organisering. Genom uppgifter relaterade till konkreta organisatoriska situationer och problem kan studenterna förstå hur organisationskunskap kan omsättas i praktisk handling. Delkursen är organiserad utifrån tre olika uppgifter som löper parallellt. Uppgift 1 behandlar etiska aspekter av företagande och organisering utifrån frågor om hållbarhet och ansvarstagande. Uppgift 2 behandlar innebörden av olika teoretiska perspektiv och modeller inom organisationsområdet och utifrån ett historiskt perspektiv. I uppgift 3 tillämpar studenterna organisationsteoretiska begrepp och modeller och genomför en utredning utifrån ett forskningsmetodologiskt arbetssätt. De olika uppgifterna är länkade till varandra på så sätt att de individuella studierna i uppgift 1 och 2 stärker förutsättningarna för att genomföra den mer komplexa tredje uppgiften.

Delkurs 3 Finansiell planering (6 hp)

Delkursen består av fem moment. Den inleds med ett moment där olika former av företagsfinansiering beskrivs (emission, upplåning, intern finansiering) och grunderna i kapitalkostnadsteori förklaras. I ett andra moment jämförs olika slag av kalkylmodeller för lönsamhetsbedömning av investeringar och därefter följer ett moment där det redogörs för samband mellan företagets verksamhet och kapitalbindning i omsättningstillgångar (i huvudsak kundfordringar och varulager). Olika modeller för analys av rörelsekapital tas upp till behandling. Ett fjärde moment handlar om kassaflöden. Här behandlas dels en teknik för att i efterhand analysera ett företags kassaflöden och här demonstreras också hur beslutsfattare med hjälp av modeller kan prognostisera kassaflöden och upprätta likviditetsprognoser eller likviditetsbudgetar. I det avslutande momentet integreras de olika momenten då modeller för flerårig planering av företags kapitalbindning och kapitalanskaffning introduceras och utvecklas.

Delkurs 4 Marknadsföring (7,5 hp)

Delkursen består av tre moment. Det första momentet inleds med en idégenereringsprocess där studenterna utifrån givna förutsättningar får möjligheten att genomföra en idéframtagning och presentera denna. Därefter följer en process med resursanalys (inklusive presentation), som syftar till att balansera både interna och externa resurser, samarbeten och relationer kopplat till den utvecklade idén. Utifrån dessa båda delar övergår sedan projektet i en kommersialiserings-fas, där fokus ligger på att dels göra både marknads- och strategianalyser i syfte att lansera den nyutvecklade produkten/tjänsten. Momentet avslutas med ett obligatoriskt seminarium.

Studieformer

Kursen bygger på hög studentaktivitet på samtliga delkurser. Studenterna bedriver självständiga studier samt arbetar gruppvis i projektkliknande former. Olika former av möten mellan studenter och lärare organiseras löpande under kursen. Seminarier är ett återkommande arbetssätt. Vid obligatoriska seminarier behandlas och diskuteras praktikfall, projektuppgifter, inlämningsuppgifter och PM. Studenterna presenterar sina egna och/eller diskuterar varandras uppgifter. På delkurs finansiering förekommer även lektioner och laborationer där studenterna kan öva och prova sig fram i grupp med stöd av lärare. På vissa delkurser finns möjlighet till handledning. Under samtliga delkurser erbjuds även föreläsningar till stöd för de självständiga studierna.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning och/eller handledning under den tid som angavs för kurstillfället som den sökande blivit antagen till (se universitetets antagningsordning). Därefter upphör rätten till undervisning och/eller handledning.

Examinationsformer

Teori och modellering, inlämningsuppgift 1, 0,5 högskolepoäng. (Provkod: 0003)

Skriftlig inlämningsuppgift som görs i grupp och behandlas vid ett obligatoriskt seminarium.

Teori och modellering, inlämningsuppgift 2, 4 högskolepoäng. (Provkod: 0004)

Skriftlig individuell inlämningsuppgift som behandlas vid ett obligatoriskt tillfälle.

Teori och modellering, PM, 3 högskolepoäng. (Provkod: 0005)

PM-arbete i grupp som behandlas vid ett obligatoriskt seminarium.

Organisation, inlämningsuppgift 1, 2 högskolepoäng. (Provkod: 0006)

Skriftlig individuell inlämningsuppgift.

Organisation, inlämningsuppgift 2, 2 högskolepoäng. (Provkod: 0007)

Skriftlig individuell inlämningsuppgift och muntlig presentation vid ett obligatoriskt seminarium.

Organisation, konferens, 1 högskolepoäng. (Provkod: 0008)

Aktivt deltagande i workshop och presentation av grupparbete.

Organisation, PM, 4 högskolepoäng. (Provkod: 0009)

PM-arbete i grupp som behandlas vid ett obligatoriskt handledningstillfälle och ett obligatoriskt seminarium.

Finansiell planering, skrivning, 6 högskolepoäng. (Provkod: 1100)

Individuell skriftlig salstentamen.

Marknadsföring, muntlig säljande presentation (pitch), 2 högskolepoäng. (Provkod: 0001)

Muntlig presentation i grupp vid två obligatoriska seminarier.

Marknadsföring, projektrapport, 5,5 högskolepoäng. (Provkod: 0002)

Projektrapport i grupp som behandlas vid ett obligatoriskt seminarium.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Betyg

Enligt 6 kap. 18 § högskoleförordningen ska betyg sättas på en genomgången kurs om inte universitetet föreskriver något annat. Universitetet får föreskriva vilket betygssystem som ska användas. Betyget ska beslutas av en av universitetet särskilt utsedd lärare (examinator).

Enligt föreskrifter om betygssystem för utbildning på grundnivå och avancerad nivå (rektors beslut 2010-10-19, dnr CF 12-540/2010) ska som betyg användas något av uttrycken underkänd, godkänd eller väl godkänd. Rektor eller den rektor bestämmer får besluta om undantag från denna bestämmelse för en viss kurs om det finns särskilda skäl.

Som betyg på kursen används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Teori och modellering, inlämningsuppgift 1

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Teori och modellering, inlämningsuppgift 2

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Teori och modellering, PM

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Organisation, inlämningsuppgift 1

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Organisation, inlämningsuppgift 2

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Organisation, konferens

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Organisation, PM

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Finansiell planering, skrivning

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Marknadsföring, muntlig säljande presentation (pitch)
Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Marknadsföring, projektrapport
Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Betyg

På kursen ges Underkänd eller något av betygen Godkänd eller Väl godkänd.

För slutbetyget Godkänd krävs minst betyget Godkänd på alla examinationsmoment. För slutbetyget Väl Godkänd krävs minst 16 hp med betyget Väl Godkänd på examinationsmoment samt minst betyget Godkänd på övriga examinationsmoment.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Särskild behörighet och andra villkor

Godkända resultat om minst 21 högskolepoäng från Företagsekonomi, grundkurs, 30 högskolepoäng eller från Företagsekonomi, Företagets affärer och styrning, grundkurs, 30 högskolepoäng.

För ytterligare information se universitetets antagningsordning.

Tillgodoräknande av tidigare utbildning

Student som tidigare genomgått utbildning eller fullgjort annan verksamhet ska enligt högskoleförordningen tillgodoräknas detta som en del av den aktuella utbildningen under förutsättning att den tidigare utbildningen eller verksamheten uppfyller vissa krav.

För ytterligare information se universitetets lokala regler för tillgodoräkningen.

Övriga föreskrifter

Restuppgifter ska fullgöras snarast enligt lärares anvisning.

Omprov

Omtentamen efter vårterminens sista ordinarie tentamenstillfälle kan infalla i augusti och ersätter då uppsamlingstentamen.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Delkurs 1: Obligatorisk litteratur

Eriksson-Zetterquist, Ulla & Thomas Kalling & Alexander Styhre (2015)

Organisation och organisering

Stockholm : Liber, 456 sidor, Tre kapitel läses, ca 70 sidor

Jacobsen, Dag Ivar (2017)

Hur genomför man undersökningar? Introduktion till samhällsvetenskapliga metoder

Lund : Studentlitteratur, 272 sidor

Johnson, Phil & Joanne Duberley (2000)

Understanding management research: an introduction to epistemology

London : Sage, 216 sidor, Kapitel 2-4 läses, ca 80 sidor (Finns som e-bok på universitetsbiblioteket, Örebro universitet)

Delkurs 2: Obligatorisk litteratur

Eriksson-Zetterquist, Ulla & Thomas Kalling & Alexander Styhre (2015)

Organisation och organisering

Stockholm : Liber, 456 sidor

Frostenson, Magnus (2011)

Att förstå företagsetik

Malmö : Liber, 150 sidor

Jacobsen, Dag Ivar (2017)

Hur genomför man undersökningar? Introduktion till samhällsvetenskapliga metoder

Lund : Studentlitteratur, 272 sidor

Delkurs 2: Referenslitteratur

Lindkvist, Lars, Bakka, Jörgen F & Fivelsdal, Egil 2014, upplaga 6

Organisationsteori

Stockholm: Liber, 344 sidor

Delkurs 3: Obligatorisk litteratur

Greve, Jan (senaste upplaga)

Modeller för finansiell planering och analys

Lund : Studentlitteratur, 334 sidor

Greve, Jan (Senaste upplaga)

Modeller för finansiell planering och analys - övningsuppgifter och modeller för Excel

Lund : Studentlitteratur, 200 sidor

Delkurs 4: Obligatorisk litteratur

Axelsson, Björn & Henrik Agndal (2005)

Professionell marknadsföring

Lund : Studentlitteratur, 612 sidor

Jacobsen, Dag Ivar (2017)

Hur genomför man undersökningar? Introduktion till samhällsvetenskapliga metoder

Lund : Studentlitteratur, 272 sidor

Osterwalder, Alexander & Yves Pigneur (2010)

Business Model Generation. A handbook for visionaries, game changers, and challengers

Hoboken, NJ, USA : Wiley, 280 sidor

Tillägg och kommentarer till litteraturlistan

Delkurs 1: Ytterligare litteratur kan tillkomma, max 250 sidor.

Delkurs 2: Ytterligare litteratur kan tillkomma, max 200 sidor.

Delkurs 3: Ytterligare litteratur kan tillkomma, max 100 sidor.

Delkurs 4: Ytterligare litteratur kan tillkomma, max 200 sidor.

För samtliga titlar gäller senaste upplagan.