



Utbildningsplan

för

Kandidatprogram i företagsekonomi med inriktning mot marknadsföring och management 180.0 Högskolepoäng
180.0 ECTS credits

Bachelor's Programme in Marketing and Management

Programkod:	SFMMK
Gäller från:	HT 2009
Fastställd:	2008-10-16
Värdinstitution:	Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Utbildningsplanen är fastställd 2009-10-16 av Samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden.

Beslut om upphävande av denna utbildningsplan är fattat av institutionsstyrelse 2015-12-16.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

Matematik C och Samhällskunskap A.

Programmets uppläggning

Företagsekonomiska institutionen är värdinstitution för programmet. I utbildningen medverkar även Statistiska institutionen samt Juridiska institutionen vid Stockholms universitet.

Inom Företagsekonomiska institutionen utses en programansvarig som vid behov samråder med företrädare för övriga medverkande institutioner och företrädare för studerande om frågor som rör programmets uppläggning och genomförande.

Kandidatprogrammet i företagsekonomi med inriktning mot marknadsföring och management är ett sammanhållet utbildningsprogram som omfattar 180 högskolepoäng under tre år. Huvudområde för utbildningen är företagsekonomi.

Kurserna i utbildningsprogrammet ligger på grundnivå. Samläsning med studerande från andra program förekommer normalt i de kurser som ingår i utbildningen.

Undervisningsspråk för kurser inom programmet är i huvudsak svenska, dock kan vissa kurser komma att ges på engelska.

Programmets huvudsakliga uppläggning

Utbildningen är organiserad på följande sätt:

Termin 1 – 3:

Termin 1 – 3 består av obligatoriska, grundläggande kurser i företagsekonomi samt de obligatoriska breddningsområden som ingår i utbildningen.

Termin 4:

Terminen består av valfria studier eller utlandsstudier. Beroende på vilken specialisering som önskas kan

kurser inom andra områden vara rekommenderade och/eller obligatoriska.

Termin 5 – 6:

Under dessa terminer läser de studerande kurser i företagsekonomi med fokus på frågor som rör management och marknadsföring. Under den avslutande terminen genomförs ett självständigt examensarbete på kandidatnivå.

Mål

Utbildningens övergripande mål är att studenterna efter avslutad utbildning ska ha förvärvat kunskaper och färdigheter som krävs för arbete med frågor som rör företags ledning, organisering och marknadsföring. Studenten ska också ha utvecklat ett kritiskt reflekterande förhållningssätt till såväl vetenskaplig kunskap som beprövad erfarenhet inom det område studierna avser.

Efter avslutad utbildning förväntas den studerande ha uppnått följande:

Kunskaper och förståelse

- ha kunskap om och förståelse för metoder, tekniker och synsätt i frågor som rör företags ledning, organisering och marknadsföring;
- visa kunskap om relevant teori och metod av betydelse för yrkesverksamhet inom områdena management och marknadsföring;
- uppnått en viss fördjupning inom någon del av det område utbildningen avser, samt vara orienterad om aktuella forskningsfrågor inom detta område.

Färdigheter och förmågor

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka information avseende företags ledning, organisering och marknadsföring samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer inom detta område;
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa ekonomiska frågeställningar och problem inom det område utbildningen avser;
- att i samverkan med andra personer genomföra uppgifter inom givna tidsramar;
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper; och
- visa sådan färdighet som fordras för att arbete med frågor som rör företags ledning, organisering och marknadsföring.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kunna skilja mellan forskningsresultat, etablerad praxis och personliga värderingar inom det område utbildningen avser;
- visa förmåga att göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällseliga och etiska aspekter;
- visa insikt om de ekonomiska vetenskapernas möjligheter och begränsningar, deras roll i samhället och människors ansvar för deras användning; och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

Kurser

Kurser

I detta avsnitt anges de kurser som ingår i utbildningsprogrammet. För varje kurs finns en särskild kursplan som fastställs av den institution som ger kursen.

Termin 1

Företagsekonomi I

Terminen består av kurser i företagsekonomi om sammanlagt 30 högskolepoäng. Kurserna behandlar följande: Företagsvetenskap, Kalkylering och beslutsanalys, Management/organisation, Marknadsföring samt Redovisning. Kursernas benämning, omfattning och innehåll framgår av gällande kursplan för respektive kurs.

Termin 2

Företagsekonomi II

Terminen består av kurser i företagsekonomi om sammanlagt 30 högskolepoäng. Kurserna behandlar följande: Finansiering, Ekonomistyrning, Management/organisation, Marknadsföring samt Företagsekonomisk integration. Kursernas benämning, omfattning och innehåll framgår av gällande kursplan för respektive kurs.

Termin 3 □

Obligatoriska studier i breddningsområden

Terminen består av följande kurser:

-Grundläggande statistik för ekonomer, 15 hp

-Juridisk översiktskurs, 15 hp

Termin 4 □

Valfria studier/utlandsstudier

Under denna terminen ingår valfria studier i företagsekonomi eller andra breddningsområden om sammanlagt 30 hp. Terminen kan ersättas av utlandsstudier i företagsekonomi eller andra ämnen.

Termin 5 □

Företagsekonomisk inriktningskurs

Under terminen läses följande obligatoriska inriktningskurser:

-Marknadsföring och managementanalys, 15 hp

-Tillämpad forskningsmetod inom management och marknadsföring, 15 hp

Termin 6 □

Kandidatkurs i företagsekonomi 30 hp,

Under denna termin läser de studerande två valfria kurser inom områdena management och/eller marknadsföring samt skriver ett självständigt examensarbete:

-Valfria kurser i företagsekonomi inom områdena marknadsföring och management, 15 hp

-Examensarbete i företagsekonomi med inriktning mot management och marknadsföring, 15 hp

Examen

Programmet leder fram till kandidatexamen. Huvudområde för examen är företagsekonomi.

Övrigt

Inför varje termin fastställer de institutioner som medverkar i programmet vilka kurser som finns tillgängliga som valbara och/eller rekommenderade kurser. Detta meddelas i särskild förteckning.

Studerande, som antagits till programmet och ej slutfört det inom de planerade tre studieåren, kan begära att få slutföra programmet även efter det att utbildningsplanen upphört att gälla. Därvid gäller de begränsningar som anges i kursplanerna för de i utbildningen ingående kurserna.