



Kursplan

för kurs på grundnivå

Varumärkesstyrning och hållbara affärsmodeller
Brand Management and Sustainable Business Models

7.5 Höskolepoäng
7.5 ECTS credits

Kurskod:	FE3335
Gäller från:	HT 2018
Fastställt:	2018-05-21
Institution	Företagsekonomiska institutionen
Huvudområde:	Företagsekonomi
Fördjupning:	G1F - Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Beslut

Denna kursplan är fastställd av Utbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2018-05-21.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

45 hp inom huvudområdet Företagsekonomi samt Engelska 6.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Höskolepoäng
3335	Varumärkesstyrning och hållbara affärsmodeller	7.5

Kursens innehåll

Kursen är utformad för att den studerande ska förstå och skapa strategier för varumärkesstyrning av hållbara affärsmodeller på basis av rigorös analys och kritiskt tänkande.

Det perspektiv som framhålls i kursen är företagets och/eller affärsområdets/ ledningsgruppens (Top Management Team/TMT). Strategiskt ledarskap av ledande befattningshavare betonas genom föreläsningar, diskussioner och case-övningar. Varumärkesperspektivet, centralt för varje framgångsrikt företag och affärsstrategi, genomsyrar samtliga element i alla hållbara varumärkesorienterade affärsmodeller.

Förväntade studieresultat

Lärandemål

Efter genomgången kurs skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse

1. Redogöra för grundläggande teorier om varumärkesstrategi och hur de kopplas till affärsmodellen.
2. Diskutera hur hållbarhet och samhällsansvar påverkar lönsamheten i affärsmodellen.

Färdighet och förmåga

3. Förklara hur innovation och digitalisering kan användas för att förbättra affärsmodellen.
4. Planera samordningen av den valda affärsmodellen över olika funktioner i ett företag, både på företagsnivå och på affärsenhetsnivå.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

5. Kritiskt reflektera olika teorier och metoders samband med affärsmodellen.

6. Formulera alternativa affärsmodeller och utvärdera vilka som i praktiken ska användas i specifika sammanhang.

Undervisning

Kursen består av en kombination av föreläsningar, seminarier, grupparbete samt en betydande andel självstudier. Kursen examineras kontinuerligt genom de olika utbildningsmomenten.

Kursen arbetsinsats omfattar 200 timmar motsvarande 7,5 ECTS (40 timmar per vecka motsvarande 1,5 ECTS).

Undervisningsspråk är engelska.

Kunskapskontroll och examination

Examinationen sker kontinuerligt genom kursens olika lärandeaktiviteter. Varje examinationsmoment är viktat i relation till sin tyngd och betydelse för kursens sammantagna examination. Studentens resultat från de olika examinationsmomenten summeras till en kurspoäng som översätts till slutbetyg.

Examinationsmoment

Kursen består av följande viktade examinationsmoment:

1. Gruppbasead case-rapport, utgör 20% av total kurspoäng (examinerar lärandemål 1, 4 och 6).
2. Gruppbasead skriftlig rapport och muntlig diskussion om litteraturen, utgör 20% av total kurspoäng (examinerar lärandemål, 1, 3 och 5).
3. Individuell skriftlig rapport, utgör 60% av total kurspoäng (examinerar lärandemål 1, 2, 3, 4, 5 och 6).

Betyg

Efter fullgjord kurs erhåller studenten betyg enligt en skala relaterad till kursens lärandemål. A, B, C, D och E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg. Betyget Fx kan kompletteras till betyget E.

En kurs omfattar 100 kurspoäng. För att erhålla ett godkänt slutbetyg krävs ≥ 50 kurspoäng. Slutbetygen på kursen motsvaras av följande poängskala: A: 90-100; B: 80-89; C: 70-79; D: 60-69; E: 50-59; Fx: 45-49; F: 0-44. Betygen motsvarar summan av de poäng en student erhåller (av totalt 100) för de viktade examinationsmoment som utgör kursens kontinuerliga examination.

Samtliga examinationsmoment bedöms enligt en 100-poängsskala. Varje enskilt examinationsmoment tilldelas 0-100 poäng. Poängen från ett enskilt examinationsmoment multipliceras med sin procentuella vikt, och den enskilda poängen för kursens samtliga examinationsmoment summeras till en kurspoäng mellan 0-100 som översätts till ett motsvarande kursbetyg mellan A och F.

Studenten ansvarar för att kursens examinationsmoment fullgörs: att ett tillräckligt antal kurspoäng uppnås och ett godkänt slutbetyg erhålls. Det avslutande examinationsmomentet är möjligt att genomgå två gånger med bibehållna kurspoäng från kursens övriga examinationsmoment: 1) under kursens gång; samt, om ett godkänt resultat på kursen (≥ 50 kurspoäng) inte uppnåtts vid det första tillfället, 2) vid kursens andra, schemalagda examinationstillfälle. Kursens övriga examinationsmoment erbjuds en gång.

Frånvaro från ett seminarium innebär att en kompensationsuppgift måste genomföras.

Frånvaro från fler än ett seminarium innebär att man inte kan erhålla poäng på det examinationsmomentet.

Godkänt betyg (A–E) på kursen erhålls när student uppnått minst 50 kurspoäng.

Underkänt betyg (Fx eller F) på kursen erhålls när student ej uppnått minst 50 kurspoäng:

- Om 45–49 kurspoäng uppnåtts erhålls betyg Fx, med möjlighet att inom 3 terminsveckor efter att kompletteringsanvisning meddelats komplettera till betyget E. Om komplettering ej inkommit inom denna tid, och kursens två avslutande examinationsmoment är genomförda, fastställs betyget, innebärande att studenten måste omregistrera sig på kursen, varvid tidigare erhållna kurspoäng förfaller.

- Om 45 kurspoäng uppnåtts erhålls betyg F, innebärande att studenten måste omregistrera sig på kursen, varvid tidigare erhållna kurspoäng förfaller.

Omregistrering innebär att:

- förstagångsregistrerade studenter har förtur till kursens gruppanmälan;

•det avslutande examinationsmomentet kan omexamineras, utan närvaro vid kursens övriga läraktiviteter och utan att poäng från kursens övriga examinationsmoment tillgodoräknas.
Student som erhållit godkänt betyg på kursen får inte genomgå förnyad examination, komplettera eller fullgöra tidigare ej genomfört examinationsmoment för högre betyg. Ett godkänt betyg kan på students begäran inte ändras till ett underkänt betyg.

Betygskriterier

Kursens betygskriterier är utformade som helhetsomdömen, samlade kvalitativa beskrivningar av vad studenten förväntas prestera för att visa hur väl kursens lärandemål uppnås. Betygskriterierna är baserade på de generella förmågor som uttrycks i högskoleförordningens examensmål (bilaga 2, examensordning).

Listan

över förmågor nedan är en sammanställning av dessa examensmål. För att godkännas på kursen ska studenten demonstrera generell förmåga att:

- återge, förstå och förklara kursens innehåll samt kursämnets vetenskapliga grund och metodologi;
- tillämpa kursens innehåll;
- kritiskt analysera kursens innehåll;
- problematisera kursens innehåll;
- i tal och skrift redogöra för och diskutera kursens innehåll;
- bedöma kursens innehåll med hänsyn till vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter;
- relatera kursens innehåll till aktuella samhällsfrågor;
- motsvara tillräckliga krav på formalia och akribi.

Följande betygskriterier används för att bestämma hur väl studenten demonstrerar dessa förmågor och uppfyller kursens lärandemål, varvid ett välgrundat betygsbeslut kan fattas. En högre betygsnivå förutsätter förmågor på lägre nivåer.

A (Utmärkt)

Studenten visar förmåga att ur ett kritiskt reflekterande helhetsperspektiv förhålla sig till och värdera kursens innehåll; samt överföra och använda insikter i nya betydelsebärande kontexter.

B (Mycket bra)

Studenten visar förmåga att ur ett överordnat och sammanhållet ämnesperspektiv förstå och använda begrepp för att förklara hur kursens olika dimensioner relaterar till varandra, hopkopplas och blir meningsfulla.

C (Bra)

Studenten visar förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex utifrån flera olika, väl utvecklade men huvudsakligen fristående perspektiv.

D (Tillfredsställande)

Studenten visar tillfredsställande förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex på ett, om än djuplodande och välutvecklat, avgörande endimensionellt vis.

E (Tillräckligt)

Studenten visar tillräcklig förmåga att behandla kursens innehåll, uppgifter och problemkomplex på ett, om än djuplodande och välutvecklat, avgörande endimensionellt vis.

Fx (Otillräckligt)

Studentens kunskaper, förmågor och färdigheter inom kursens område visar mindre brister i helhet eller väsentlig del.

F (Otillräckligt)

Studentens kunskaper, förmågor och färdigheter inom kursens område visar elementära brister i helhet eller väsentlig del.

Övergångsbestämmelser

När kursen inte längre ges eller kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under den påföljande treterminersperioden examineras enligt denna kursplan.

Begränsningar

Kursen får inte ingå i examen tillsammans med en annan kurs, inom eller utom landet, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

Övrigt

Dispens från examinationsmoment

Dispens (uppskov) från ett examinationsmoment innebär att student som framlägger ett giltigt och skriftligt intygat skäl (exempelvis sjukdom och läkarintyg) ges möjlighet att genomföra ett examinationsmoment vid ett senare, av kursansvarig lärare angivet examinationstillfälle, och med bibehållen poäng från tidigare examinationsmoment.

Dispensansökan inlämnas till studierektor snarast efter, eller vid planerad frånvaro i god tid före, aktuellt examinationsmoment. Beviljad dispens upphör att gälla vid utgången av närmast påföljande termin.

Kurslitteratur

Obligatorisk läsning

- Christensen, C.M, Cook, S & Hall, T (2006) Marketing Malpractice: The Cause and the Cure, Harvard Business Review.
- Osterwalder, A, and Pigneur, Business Model Generation: A handbook for Visionaries; Game Changers; and Challengers (2010). Wiley.
- Fournier, S, & Avery, J. (2011) The uninvited brand, Business Horizons, 54, 193-207.
- Hoefler, S, & Keller, KL (2003) The Marketing Advantages of Strong Brands, Brand Management, 421-445.
- Keller (2001) Building Customer-Based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands, Working paper Marketing Science Institute.
- Keller, KL (1993) Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, Journal of Marketing, 1-22
- Keller, KL, Sternthal, B, and Tybout, A., Three questions you need to ask about your brand Harvard Business Review, September 2002.
- Kim, W.C, & Mauborgne, R, (2004) Blue Ocean Strategy, Harvard Business Review. 76-86.
- Porter, M. E. (1996) What Is Strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61–78.
- Porter, M.E & Kramer, M.R (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, 78-94.
- Porter, M.E & Kramer, M.R (2011) Creating Shared Value, Harvard Business Review.
- Porter, M.E. & Heppelmann, J.E. (2014) How Smart, Connected Products are Transforming Competition, Harvard Business Review, 92(11), 64–88.
- Ulwick, A (2018) Jobs To Be Done: Theory to Practice, Strategyn.

Föreläsningar och seminarieanteckningar och cases.