



Kursplan

FÖ0104.1 Marknadsföring och organisation, översikt kurs, 7.5 hp

Marketing and Organisation, review course

Kursen ges som fristående kurs

Kursplan nedlagd 2002-10-25

Version 1 i Slukurs. Motsvarar version 1 i Ladok

Kursplan fastställd

1998-10-28

Versionen gäller mellan våren 1999 och hösten 2003

Versionen är inte en modulversion

Ämnen

Företagsekonomi

Utbildningens nivå

Grund

Moduler

Benämning	Kod	Hp
Enda modul	0101	7.5

Fördjupning

Betygsskala

Godkänd / Icke godkänd

Kraven för kursens olika betygsgrader framgår av betygskriterier, som redovisas i bilaga till kursplanen. Aktuell information om betygskriterier ska finnas tillgänglig senast vid kursstart.

Språk

Svenska

Förkunskapskrav

Ma C, Sv B/Sv2 B och En A (gäller fr.o.m. läsåret 2002/2003, tidigare En B).

Mål

Kursen avser att bibringa insikter om marknads- och organisationsförhållanden för företag inom den agrara sektorn. Hela förädlingskedjan inbefattas, dvs företag som arbetar med allt från insatsvaror via råvaruproduktion, förädlingsindustri fram till handel.

Efter genomgången kurs ska de studerande:

- ha insikter om de institutionella förhållandena inom marknadssystemen inom de agrara branscherna
- förstå marknadsföringens funktion i samhällsekonomin - speciellt i olika agrara branscher
- förstå varför olika branscher är uppbyggda på olika sätt
- förstå hur företagsledningen inom producerande och distribuerande företag organiserar och bedriver verksamheten
- förstå olika principer, efter vilka företag är organiserade, samt hur den kommersiella omvärlden påverkar valet av organisationsform
- ha inblick i de sätt, varpå kooperativa företag är organiserade och arbetar

Innehåll

Del I/marknadsföring:

- Marknadsföringens roll och funktion, såväl företagsekonomiskt som samhällsekonomiskt
- De institutionella systemen, d v s aktörer och hur dessa påverkar varandra, i olika agrara branscher
- Relationerna mellan produktion och försäljning i förädlingskedjans olika led.
- Handelsföretagens uppgifter och agerande
- Köparbeteende och marknadsanalyser
- Företagens användande av marknadsföringsåtgärder
- Möjligheter och begränsningar för marknadsföring av ekologiska och etiska produkter samt för internationell marknadsföring

Del II/organisationsteori:

- Organisationsteoretiska skolbildningar
- Organisationers omvärldsberoende; målsättningar och strategier
- Utformande av organisationsstrukturer
- Ledarskap och medarbetare
- Kooperativt företagande

Genomförande

Föreläsningar och lektioner ca 50 tim

Studiebesök ca 8 tim (obligatoriskt)

Examination

Fordringar för godkänd kurs

Kunskapskontrollen sker genom en skriftlig tentamen i kursens mitt (marknadsföring) och ytterligare en vid kursens slut (organisation).

För godkänd kurs krävs godkända tentamina samt närvaro vid studiebesök och vid sex lektioner med gästföreläsare.

- Om studenten inte blivit godkänd på ett prov har examinatorn rätt att ge en kompletteringsuppgift – om det finns skäl för det och om det är möjligt.
- Om studenten har ett beslut från SLU om särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinatorn rätt att ge ett anpassat prov eller låta studenten genomföra provet på ett alternativt sätt.
- Om denna kursplan ändras, eller om kursen läggs ner, ska SLU besluta om övergångsregler för examination av studenter som antagits enligt denna kursplan och ännu inte blivit godkända.
- För examination av självständigt arbete (examensarbete) gäller dessutom att examinatorn kan tillåta studenten att göra kompletteringar efter inlämningsdatum. Mer information finns i utbildningens regelsamling

Övriga upplysningar

Kursen kan inte ingå i en examen samtidigt med kursen Marknadsföring av produkter från de areella näringarna eller med kursen Individ och organisation.

- Rätten att delta i undervisning och/eller handledning gäller endast det kurstillfälle som studenten blivit antagen till och registrerad på.

- Om det finns särskilda skäl, har studenten rätt att delta i moment som kräver obligatorisk närvaro vid ett senare kurstillfälle. Mer information finns i utbildningens regelsamling.

Ansvarig institution/motsvarande

Institutionen för ekonomi

Kompletterande uppgifter

Fastställd av: Programnämnden för JLT-fakultetens utbildning, Ultuna