



Ekonomihögskolan

MGTN36, Management: Företagsledningens grundfunktioner, 15 högskolepoäng

Functions of Management, 15 credits
Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen 2016-03-18 och senast reviderad 2016-03-15. . Den reviderade kursplanen gällde från och med 2016-08-29. , höstterminen 2016.

Allmänna uppgifter

MGTN36 är en kurs i management som ges på avancerad nivå.

Undervisningsspråk: engelska

Huvudområde

Management

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Kursen mål är att utveckla studenternas förståelse för management genom kunskap om centrala funktioner för management, i synnerhet kunskap om centrala perspektiv i (1) strategisk ledning, (2) marknadsföring, (3) ekonomistyrning, (4) organisation samordning och organisatorisk design, och (5) innovation management. Ett centralt antagande är att management är analytisk och integrerande till sin natur. Särskild uppmärksamhet därför sätta på studentens förståelse för hur teorier och modeller från dessa centrala perspektiv kan användas analytiskt och hur dessa perspektiv är relaterade i olika management-sammanhang.

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

Kunskap och förståelse

- Visar kunskap och förståelse för grundläggande teorier och modeller i ovanstående kunskapsområden
- Visar kunskap och förståelse för hur ovanstående teorier och modeller används i organisationer

- Visar kunskap och förståelse för de underliggande antagandena i ovanstående kunskapsområden
- Visa förståelse för de ledande aspekter av grundläggande teorier och modeller i ovanstående kunskapsområden

Färdighet och förmåga

- Visar förmåga till att identifiera och analysera styrkor och svagheter i de diskuterade teorier och modeller inklusive deras tillämplighet i managementsammanhang
- Visar förmåga använda diskuterade teorier och modeller för att analysera relevanta frågeställningar i olika chefs situationer
- Visar förmåga att använda relevanta modeller och koncept och kan identifiera angelägna managementproblem
- Visar förmåga att baserat på relevanta modeller och koncept kunna diskutera möjliga lösningar på identifierade management-problem
- Visar förmåga till att tillämpa relevanta modeller och koncept för beslutssituationer

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Visar förmåga att reflektera över och kritiskt diskutera teorier och deras tillämpning i management sammanhang
- Visar förmåga att reflektera över etiska aspekter på tillämpningen av diskuterade teorier och modeller
- Visar förmåga att tydligt diskutera personliga slutsatser, och presentera de argument som ligger till grund för dessa, i dialog med andra i både tal och skrift.

Kursens innehåll

Kursen ger en bred översikt över viktiga teorier; modeller och begrepp relaterade till fem centrala perspektiv på management:

1. Strategisk positionering och strategiprocessen, i synnerhet:

- Utvecklingen av strategi-teori och forskning över tid och hur denna utveckling kan kopplas till utvecklingen i samhället och de utmaningar som ledare för organisationer historiskt har stått inför
- De viktigaste begreppen, verktygen och teorierna inom strategiområdet vars teorier avser att finna lösningar på problem och utmaningar chefer för organisationer inom den privata och den offentliga sektorn står inför
- Förmågan att identifiera och kritiskt bedöma managementproblem i samband med strategiprocessen.

2. Marketing Management i konsument- och industriella marknader, i synnerhet

- Transaktionsmarknadsföringsperspektiv. Hur marknadsföring genomförs på konsumentmarknaden. Marknadsorientering. Segmentering, inriktning, positionering, produkt, pris, plats och marknadsföring. Marknadsföringen planeringscykel.
- Relationsmarknadsföringsperspektiv. Hur marknadsföring genomförs på konsument/ industriella marknader. Relationsmarknadsföring orientering. Interaktioner, relationer, nätverk och förtroende. Aktiviteter, resurser och aktörer. Professionell köpa och inköp.
- Tjänstemarknadsföringsperspektiv. Hur tjänstemarknadsföring sker på konsumenternas och företagens/industriella marknader. Tjänste-dominant logik.

Produkt vs. tjänsteutbud. Komplexiteten i tjänsteutbud och hantering av servicekvalitet.

3. Organisation, samordning och design, i synnerhet:

- a) Varför finns organisationer? Specialisering, produktivitet och behovet av integration och samordning.
- b) Organisatoriska konfigurationer: organisatoriska delar, strukturer, samordningsmekanismer, formella och informella organisationer, formalisering, specialisering, standardisering och de- centralisering.
- c) Värdeskapande processer: Resurseffektivitet kontra effektivitet flöde, arbetsprocesser kontra arbetsenheter, mager.
- d) Utformning av effektiva organisationer: Vikten av sammanhang och påverkan på chefsarbete, innovation, motivation och kunskapsarbete.

4. Ekonomistyrning, i synnerhet:

- a) Finansiella rapporter och lönsamhetsanalys. Resultaträkning, balansräkning, Du Pont analys och hantering av finansiella resultat.
- b) Ekonomistyrningskontrollverktyg. Budgetering, ekonomisk och resultatindikatorer icke-finansiella, ekonomistyrningssystem
- c) Kostnadsberäkningstekniker. Produktkalkylering i förhållande till befintliga produkter och tjänster, och i förhållande till produktutveckling och target-costing

5. Innovation, i synnerhet:

- a) Innovation i samhället och näringslivet. Historisk utveckling av teorier om innovation och hur dessa är relaterade till social och industriell utveckling över tiden.
- b) Innovationsdynamik. Hur innovation och nya företag utveckling påverkar dynamiken i konkurrenssituationer. Stadier av industriell och produktutveckling. Rollen av och svar på banbrytande tekniska genombrott.
- c) Modeller och former av innovation. Öppna och slutna innovationsmodeller. Vetenskaps-driven vs. Interaktions-driven innovation.
- d) Marknader och innovation. Hur kunder, användare och marknader är involverade i innovationsprocesser. Marknadsdrivna kontra marknaden körning. Användardriven innovation och medskapande.

Kursens genomförande

Kursen består av föreläsningar, seminarier och presentationer (grupp eller enskilda). Strukturen för kursen presenteras vidare i de kursinstruktioner som distribueras separat.

Kursens examination

Bedömning och betygssättning är baserade på två delar:

- En eller flera gruppuppgifter presenteras och diskuteras i grupp. Fokus på uppgiften är förmågan att tillämpa, presentera och diskutera innehållet i kursen.
- En eller flera enskilda skriftliga papper som fokuserar på att förståelsen av centrala begrepp och modeller av kursen.

En student som inte godkänns på uppgiften/erna (1) kommer att ges möjlighet att komplettera via extra uppgift/er.

En student som inte godkänns på individuella skriftliga paper/s (2) kommer att ges möjlighet till om-tentamen.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Vid Ekonomihögskolan tillämpas en målrelaterad betygsskala A-U (A-F) med bokstavsbeteckningarna A-E för godkända resultat och bokstavsbeteckningen U (F) för icke godkända resultat.

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Betyg (Benämning) Poäng alt. % av maxpoäng. Karakteristik.

A (Utmärkt) 85-100. Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) 75-84. Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) 65-74. Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) 55-64. Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräckligt) 50-54. Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

U (Otillräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala GU (godkänt/underkänt).

Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas gentemot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat. Vid bevisat fusk kan påföljden bli avstängning från studier vid Lunds universitet under en viss tid.

Förkunskapskrav

Studenter som är antagna till magisterprogram som ges av Företagsekonomiska institutionen där denna kurs är obligatorisk eller valbar, är kvalificerade för kursen. För andra studenter krävs 60 HP i företagsekonomi i vilka en grundkurs i Företagsekonomi ska inkluderas, t.ex. FEKA90 Företagsekonomi en introduktion eller motsvarande.

Övrigt

Delar av kursen MGTN36 överensstämmer med kurserna MGTN31, MGTN32, MGTN33, MGTN34 resp. MGTN35. Endast en av dessa kurser kan ingå i samma examen.

Vid nedläggning av kursen: Vid nedläggning av kursen kommer, inom tre terminer efter kursens nedläggning, att erbjudas tre extra tillfällen för examination av respektive examinationsmoment i kursen till studenter med ett icke godkänt resultat. Observera att efter detta kan du få intyg bara på de examinationsmoment som du är klar med.

Prov/moment för kursen MGTN36, Management: Företagsledningens grundfunktioner

Gäller från H18

- 1801 Caseinlämning grupp, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A

Gäller från H17

- 1604 Skriftlig gruppinlämning A, 10,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
1605 Skriftlig individuell inlämning, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd