



Utbildningsplan

för

Masterprogram i marknadsföring, ledarskap och samhälle
Master Programme in Marketing, Management and Society

120.0 Högskolepoäng
120.0 ECTS credits

Programkod:	SMLSO
Gäller från:	HT 2007
Fastställd:	2006-09-28
Värdinstitution:	Företagsekonomiska institutionen

Beslut

Utbildningsplanen är fastställd 2006-09-28 av samhällsvetenskapliga fakultetsnämnden (ej ändrad).

Beslut om upphävande av denna utbildningsplan är fattat av institutionsstyrelse 2016-05-11.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till programmet

För tillträde till programmet krävs kandidatexamen i samhällsvetenskapligt eller humanistiskt ämne eller annan likvärdig examen med relevant inriktning. Engelska B eller motsvarande.

Programmets uppläggning

Masterprogrammet har en bred samhällsvetenskaplig inriktning, med tyngdpunkt inom två företagsekonomiska huvudområden – management/organisation och marknadsföring. Med dessa utgångspunkter integrerar programmet olika samhällsvetenskapliga perspektiv och synsätt på företeelser, fenomen och tendenser i det moderna samhället och dessas konsekvenser för marknader och organisationers funktionssätt.

Utbildningen omfattar 120 högskolepoäng under två år. Samtliga kurser i programmet ligger på avancerad nivå.

Undervisningsspråk för de kurser som ingår i utbildningen är normalt engelska.

Samläsning med studerande från andra program kan förekomma i kurser som ingår i utbildningen.

Programmets huvudsakliga uppläggning

Programmet är organiserat så att de kurser som ingår i utbildningen varje termin har ett gemensamt tematiskt innehåll.

Termin 1

Under den första terminen ingår kurser som behandlar olika förändringar som utmärker det moderna samhället. Fokus riktas mot hur ekonomiska, politiska och teknologiska förändringar påverkar marknader och organisationers funktionssätt och vidare, hur dessa förändringar påverkar villkoren för konsumtion, ledarskap och arbete.

Termin 2

Under utbildningens andra terminen ingår valfria kurser i företagsekonomi som behandlar aktuella tendenser och teman kring företags och andra organisationers marknads- och samhällsrelationer. Alternativt kan kurserna under terminen bestå av utlandsstudier, eller av studier i andra ämnen av relevans för utbildningens

inriktning.

Termin 3

Den tredje terminen är forskningsinriktad och förbereder för mastersuppsatsen. Där ingår kurser som tar upp några aktuella problematiker inom programmets disciplinära huvudspår, ledarskap och marknadsföring, samt frågor om kreativitet och innovation. Vidare ingår en kurs som behandlar olika kritiska forskningsansatser.

Termin 4

Utbildningen avslutas med en självständigt utarbetad mastersuppsats om 30 hp i ämnet företagsekonomi.

Mål

Mastersprogrammets övergripande mål är att förbereda för kvalificerat ledningsarbete i företag och andra organisationer, både i Sverige och internationellt, samt för fortsatta forskarstudier i ämnet företagsekonomi.

Efter avslutad utbildning förväntas de studerande ha uppnått följande:

Kunskaper och förståelse

- ha insikter och förståelse som gör det möjligt att på ett adekvat sätt kunna integrera och använda företagsekonomiska kunskaper inom området ledarskap och marknadsföring;
- ha fördjupad insikt i aktuellt forsknings- och utvecklingsarbete inom det område utbildningen avser;
- visa på fördjupad kunskap om tillämpning av olika kritiskt inriktade forskningsansatser av betydelse för det område utbildningen avser;
- ha fördjupade insikter i marknadens och organisationers föränderlighet och dess konsekvenser för ledarskap, marknadsföring och samhällsutveckling.

Färdigheter och förmågor

- självständigt kunna söka, kritiskt bedöma och integrera information för att analysera samt utarbeta förslag till lösningar och delta i problemlösning avseende komplexa frågeställningar inom området ledarskap och marknadsföring;
- visa förmåga att kritiskt, självständigt och kreativt kunna identifiera och formulera frågeställningar av betydelse för det område utbildningen avser;
- delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller att genom självständigt arbete bidra till kvalificerad kunskapsutveckling;
- muntligt och skriftligt kunna kommunicera på engelska inom de områden utbildningen avser med olika grupper och då klart redogöra för såväl slutsatser som den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa;
- samarbeta med andra personer i konkreta problemlösningssituationer, både i en nationell och internationell kontext.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa medvetenhet om samhälleliga och etiska aspekter av betydelse för arbete inom området ledarskap och marknadsföring;
- skilja mellan forskningsresultat, etablerad praxis och personliga värderingar inom det område utbildningen avser;
- ha insikt i kunskapens möjligheter och begränsningar samt människors ansvar för dess användning i olika sammanhang;
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för sin kunskapsutveckling.

Kurser

Valbara kurser och utlandsstudier

Efter särskild ansökan finns möjlighet att ersätta de kurser som ingår i utbildningen med andra studier i Sverige eller utomlands.

Internationella utbytesstudier uppmuntras särskilt för studerande som efter avslutad utbildning är intresserade att gå vidare med forskarutbildning i företagsekonomi. Utlandsstudier skall företrädesvis genomföras under termin 2.

Kurser

I detta avsnitt anges vilka kurser som ingår i utbildningsprogrammet. För varje kurs finns en särskild kursplan fastställd. Av kursplanen framgår förväntade studieresultat samt kursens huvudsakliga innehåll, uppläggning, examination och betygskriterier.

Termin 1
Terminskurs 1 inom Masterprogram i Marketing, Management and Society

Terminen består av fyra obligatoriska kurser med relevans för programmets inriktning. De kurser som ingår i utbildningen behandlar följande:

-Markets, Organisations, Networks, 7,5 hp

Utgångspunkten är distinktionen mellan Marknader, Organisationer och Nätverk, dvs. tre grundläggande system för koordinering av individuellt och kollektivt handlande. I kursen används detta konceptuella ramverk för att analysera hur förändringar på samhällsplanet påverkar marknader, organisationer, ledarskap och arbete.

-Management Philosophy, 7,5 hp

I kursen används två filosofiskt förankrade teman – etik och estetik – för att utforska och skapa förståelse för ledarskapets och ledningskonstens innebörd och utövande. Ledarskap betraktas inte som en färdighet eller snäv managementteknik, utan som ett sätt att skapa nya livsmöjligheter.

-Management and the Transformation of Work, 7,5 hp

Kursen använder såväl klassisk som ny organisationsforskning för att diskutera hur arbets- och ledningsformer förändrats under de senaste decennierna samt vilka konsekvenser dessa förändringar får för individers hälsa och autonomi, och för de kompetenskrav som riktas mot individer.

-Consumption in Context 7,5 hp

I kursen studeras globala konsumtionskulturer. Kursen fokuserar den dialektiska processen mellan företag och konsumenter där meningar, betydelser och innebörder skapas, samt hur alltmer globala marknader påverkar dessa processer.

Vilka kurser inom området marknadsföring, ledarskap och samhälle som finns tillgängliga ett enskilt läsår kan variera. De kurser som erbjuds meddelas i särskilda anvisningar som fastställs inför varje läsår.

Termin 2Terminskurs 2 inom Masterprogram i Market, Management and Society

Terminen består av valfria kurser om sammanlagt 30 hp.

De valfria kurserna kan vara kurser i företagsekonomi på avancerad nivå, alternativt kurser i andra ämnen, av relevans för utbildningens innehåll och inriktning. Terminen kan också ersättas av utlandsstudier.

Normalt erbjuds följande kurser i ämnet företagsekonomi som valbara kurser och som kan ingå i utbildningen under denna termin. Kurserna samläses med studerande från andra program som ges av Företagsekonomiska institutionen:

-Strategic Management, 7,5 hp

I takt med att nationella handelsbegränsningar försvinner skapas nya internationella konkurrensvillkor. Kursen behandlar hur globaliseringen påverkar grundläggande strategiska frågor om hur företag balanserar långsiktiga och kortsiktiga mål samt inre och yttre förutsättningar och begränsningar.

-Corporate Social Responsibility, 7,5 hp

Kursen behandlar företags sociala ansvar, samt problem och möjligheter att i rapporteringsprinciper för CSR integrera finansiella resultat med sociala och miljömässiga hänsynstaganden.

-Design Management, 7,5 hp

Kursen behandlar företags och organisationers designprocesser för kreativt skapande av erbjudanden (produkter och tjänster) till kunder och konsumenter utifrån ett innovations- och marknadsföringsperspektiv.

-Brand as Cultural Resources, 7,5 hp

I kursen analyseras de olika roller varumärken spelar idag. Varumärken betraktas inte enbart som ledningsverktyg, utan i lika hög grad som kulturella resurser med vars hjälp konsumenter orienterar sig och skapar mening i samhället och sina vardagsliv.

De kurser som erbjuds meddelas i särskilda anvisningar som fastställs inför varje läsår.

Termin 3Terminskurs 3 inom Masterprogram i Marketing, Management and Society

Terminen består av fyra kurser på avancerad nivå, dels inom det område programmet behandlar och dels kurser som förbereder för forskning och mastersuppsats. De kurser som ingår i utbildningen under terminen behandlar följande:

-Global Markets and Marketing, 7,5 hp

Kursen behandlar diagnostik av marknadssegment, formulering av internationella marknadsföringsprogram, hantering av kulturella skillnader inom marknadsföring samt utveckling av internationella affärsstrategier.

-Leading Organizational Change, 7,5 hp

Denna kurs använder managementteori samt institutionell och kritisk teori för att utveckla en förståelse för hur och varför organisationer arbetar med förändring. Fokus ligger på den roll ledare har i att hantera motstånd och politiska processer inom organisationer för att initiera och implementera förändringar.

-Research Methodology, 7,5 hp

Kursen behandlar olika kritiskt inriktade samhällsvetenskapliga forskningsparadigm. Som förberedelse för mastersuppsatsen och för att utveckla studenternas kritiska och kreativa förmåga ges även möjlighet att praktisera olika forskningsansatser.

-Creativity, 7,5 hp

Företagsekonomi handlar om företagande – om att skapa. Men vad är det som denna disciplin skapar? Vad innebär det att ha en företagsekonomisk idé? Detta är en kurs om företagsamhet, kreativitet och innovation.

Vilka kurser inom området marknadsföring, ledarskap och samhälle på avancerad nivå som finns tillgängliga ett enskilt läsår kan variera. De kurser som erbjuds meddelas i särskilda anvisningar som fastställs inför varje läsår.

Termin 4 Master thesis/Examensarbete

Terminen består av följande kurs:

-Examensarbete i Marknadsföring, ledarskap och samhälle, 30 hp

Genom examensarbetet visar studenten att han/hon uppnått målet att självständigt kunna integrera avancerade kunskaper inom det område utbildningen avser och även har förmåga att kunna tillämpa dessa i problemlösningssituationer av praktisk relevans.

Examen

Utbildningsprogrammet leder fram till Masterexamen.

Övrigt

Valbara kurser inom ramen för programmet anges i anvisningar som utfärdas inför varje läsår.