

KURSÖVERSIKT HT-18 Valfria kurser

Termin 4 Kandidatprogram i företagsekonomi Termin 4 Kandidatprogram i företagsekonomi
och termin 5 Ekonomi och It

Period 1 3 september	Period 2 4 oktober	Period 3 5 november	Period 4 6 december
Financial Reporting (FR) 7,5 hp E (del av tidigare FACO) Obligatorisk kurs för inriktning Finansiering och Revision T4*	Corporate Finance (COF) 7,5 hp E (del av tidigare FACO) Obligatorisk kurs för inriktning Finansiering och Revision T4*	Real Estate Finance and Investments (REFI) 7,5 hp halvfart E	
Fundamentals of Strategic Mgt. (FOSM) 7,5 hp E Obligatorisk kurs inriktning Management T6*	Entrepreneurship in Societal Change (ENSO) 7,5 hp E	International Finance (IFIN) 7,5 halvfart E	
International Marketing (INTM) 7,5 hp E Obligatorisk kurs för inriktning Marknadsföring T6*	Brand management & Sustainable Business Models 7,5 hp Ny kurs, se nedan** E	B2B Marketing, Sales and Account Management 7,5 hp halvfart E	
Koncernredovisning och revision 7,5 hp. Obligatorisk kurs för inriktning Revision T6*		Marknadsföring och managementanalys (MMA) 15 hp Helfart Obligatorisk kurs för inriktning Management och Marknadsföring T5*	
Operations Management (OPM) 7,5 hp E Obligatorisk kurs för inriktning Ekonomistyrning T6*		Företagsanalys (FA) 7,5 hp Obligatorisk kurs för inriktning Ekonomistyrning T5*	
Marknadskommunikation och medier (MOM) 7,5 hp		Marknadsföring på internet (MAINT) 7,5 hp	

E = Kursen ges på engelska

Period = ungefärlig kursstart

Behörighetskrav till alla kurser är minst 45 hp från Företagsekonomi I och II

*Kurser som är obligatoriska för din inriktning ska du inte välja som valfri kurs termin 4
(andra inriktningars obligatoriska kurser kan du välja som valfri kurs termin 4. De kurser som inte är
obligatoriska är valfria för alla inriktningar)

**Brand management & Sustainable Business Models

In today's fast-changing markets, Brand management is changing rapidly. Trends such as sustainability, digitalization, and transparency is affecting the market. This course will focus on Strategic Brand Management, and Sustainability and its impact on stakeholders such as customers, employees and society. The course will have a managerial perspective, and a BtC focus.

The business leaders of tomorrow is also affected by the UN's sustainability goals, the triple bottom line approach and the concept of shared value, and leaders need to adapt their brand strategies accordingly. In Sweden, 37% of the population have sustainability values and belong to the Lohas group (lifestyle of health and sustainability). This large number of Lohas in Sweden is probably one of the highest in the world. The Swedish government has also issued a new law that stipulates that all companies with more 250 employees and a certain turnover annually must report their sustainability activities.

The strategic leadership of branding, sustainability and business models is focused throughout the course. Brand management and the Business model concept serves as the central integrative framework. This course aims to provide students with an understanding of brand management, from a managerial perspective, and knowledge of how sustainability will affect their current business models.