



Utbildningsplan för:

Magisterprogram i Företagsekonomi: Marknadsföring och Management, 60 hp

Master programme (one year) in Business Administration, Marketing and Management, 60 credits

Allmänna data om programmet

Programkod	SFMMA
Tillträdesnivå	Avancerad
Diarienummer	Miun 2006/1863
Högskolepoäng	60
Ansvarig avdelning	Avdelningen för ekonomivetenskap och juridik
Ansvarig fakultet	Fakulteten för humanvetenskap
Fastställd	2017-07-18
Senast reviderad	2017-07-18
Giltig fr.o.m.	2015-08-24

Syfte

Syftet med magisterprogrammet är att utbilda ekonomer inom specialiseringen marknadsföring och management för verksamhet främst inom näringslivet men även inom övriga samhällssektorer där kvalificerad ekonomisk kompetens behövs.

Lärandemål

Utöver de mål som anges i Högskolelagen 1 kap 8 § samt Högskoleförordningen, bilaga 2 har utbildningen följande lokala lärandemål:

Efter genomförd utbildning skall studenten:

- visa kunskap och förståelse inom området marknadsföring och management, inbegripet såväl överblick över området som fördjupade kunskaper inom vissa delar av området särskilt marknadsföring och management, samt fördjupad insikt i aktuell forskning,
- visa fördjupad metodkunskap inom företagsekonomi,
- utifrån en fördjupad förståelse kritiskt kunna inhämta, värdera och tillämpa kunskap för att lösa problem inom en mångvetenskaplig kontext och i ett näringsliv i förändring,
- ha förmåga att genom eget utvecklingsarbete integrera kunskap och hantera komplexa problemställningar samt formulera bedömningar baserade på vetenskapliga angreppssätt,
- självständigt kunna kommunicera sina slutsatser och den underliggande kunskapen för såväl specialister som mindre insatta, nationellt och internationellt.

Till ovanstående tillkommer kursspecifika lärandemål, vilka specificeras i respektive kursplan.

Innehåll

Programmet är en ettårig påbyggnad på kandidatexamen med inriktning mot marknadsföring och management. Kurser som ingår i programmet:

- Företagsekonomi AV, Organisation och kommunikation, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, Effektivt ledarskap och företagsetik, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, Konsumentbeteende, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, Marknadsföring i nätverk, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, kvalitativa metoder, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, kvantitativa metoder, 7,5 hp
- Företagsekonomi AV, Magisteruppsats, 15 hp

Behörighet

Kandidatexamen med 90 hp i huvudområdet företagsekonomi eller motsvarande studier.

Engelska kurs B/Engelska 6 från gymnasiet.

Programbeskrivning

I fokus för denna inriktning står organisationen och dess relationer till kunder och leverantörer. Organisationens och affärssystemets ledarskap, dess externa och interna kommunikation, varumärkesstrategi samt datoriserade administrativa system är centrala teman. Mot slutet av utbildningen ges möjlighet till en praktikperiod. Specialiseringen ger en god grund för kvalificerade befattningar med kommersiellt innehåll inom marknadsföring och försäljning. Den är också lämpad för befattningar inom informationsfunktionen i både företag och förvaltningar.

Magisterexamen ger behörighet för forskarutbildning i företagsekonomi vid Mittuniversitetet.

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Spärrar i utbildningen

Särskilda förkunskaper för kurs inom programmet anges i respektive kursplan.

Undervisning och examination

Hela eller delar av programmet kan komma att ges på engelska.

Undervisnings- och examinationsformer framgår av respektive kursplan.

Examensbenämning

Magisterexamen

Magisterexamen med huvudområdet företagsekonomi
översätts till

Degree of Master of Science (60 credits) with a major in Business Administration

Beroende av vilka tidigare studiemeriter den studerande har så kan något av förleden Ekonomie eller Filosofie komma att kopplas till examensbenämningen.