

Kursplan för läsåret 2001/2002

MARKNADS- OCH FÖRETAGSUTVECKLING

TEK160

Market- and Corporate Development

Poäng: 12.0 **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** I4MF. **Valfri för:** INEK4, I3IE. **Kursansvarig:** Univ adjunkt Lars Carlman, Lars.Carlman@fek.lu.se. **Prestationsbedömning:** Kursen examineras dels genom skriftliga uppgifter i form av praktikfallslösningar i samband med lektionerna dels genom författande av en sammanfattande dokumentering av projektarbetet. Praktikfallen ges betygen underkänd resp godkänd. Den sammanfattande dokumentationen ger betygen underkänd, 3, 4 eller 5. **Övrigt:** För deltagande i kursen krävs antagning till Industriell ekonomiprogrammet eller industriell ekonomiavslutningen. Undervisningen bedrivs i form av lektioner, gruppövningar och projekthandledning. Den centrala inläringen sker i de projekt kursdeltagarna arbetar i. I dessa projekt arbetar man med problematisering, analys och lösningar på de uppdrag man erhållit från värdföretaget. En viktig aspekt är att i projektet hantera de frågor som rör relationer och ledning av dessa som lyfts fram på de lektioner som ges. Till varje projekt är en handledare från Företagsekonomiska institutionen kopplad. Denne fungerar som bollplank vad det gäller frågor som rör projektprocessen och vad det gäller kursinnehållet. Utöver denna handledare har också projektet en kontaktperson på det berörda företaget.

Mål:

Industrin och affärslivet består av processer, projekt, nätverk och allianser som alltmer går utöver företagets traditionella gränser och som många gånger ska hanteras och styras av ingenjörer, marknadsförare och ekonomer gemensamt. Dessa temporära organisationer är tvärfunktionella vilket ställer höga krav på insikt i såväl teknik, affärsmässighet som förmåga att utveckla och leda relationsintensiv verksamhet. Krav på att se till hela affärsprocesser och ökad kundfokusering leder också till en ökad interaktion med externa aktörer. Kunder och utvecklingsparter är involverade i affärsprocessen. Att hantera relationer och kommunikation med affären i centrum är därför centrala och avgörande kompetenser för företagets konkurrenskraft. Syftet med kursen är att under realistiska former tydliggöra hur förändrade produktions- och utvecklingsstrategier ställer förändrade krav på ledning och utveckling av företagets affärsprocesser. Kursen är inriktad på att tillgodose de krav på kompetent och strategisk resursutvecklingsförmåga en civilingenjör ställs inför i en kommande yrkeskarriär.

Innehåll:

Kursen består av två integrerade delar; en teorikurs samt ett projektarbete.

Innehållet har tre grundelement:

- industriell- och tjänstemarknadsföring, dvs *relationsmarknadsföring*
- *human resource management*
- *projektledning och projektorganisation*

En gemensam nämnare för dessa områden är att de fokuserar

ledning av kommunikations- och interaktionsintensiva processer utifrån olika perspektiv. Det förstnämnda har marknadsproblematiken och relationer till omgivande aktörer i fokus. Det andra ser till den interna ledningen av personal och kompetensutveckling. Det tredje området innefattar de två tidigare. Till detta kommer en grundläggande strimma av resursbaserad företagsstrategi.

Området relationsmarknadsföring fokuserar två områden inom marknadsföring som är relevanta i ett relationsperspektiv; den industriella- och tjänstemarknadsföringen. Dessa områden fokuserar interaktionen mellan köpare och säljare ur (delvis) olika utgångspunkter. Den industriella sidan understryker långsiktighet och gemensam utveckling mellan köpare och säljare. Här ställs det omgivande industriella nätverket i centrum för strategiutvecklingsarbetet och hur interaktionen med nätverket sker i aktörs-, resurs- och aktivitetsdimensionerna.

Tjänstemarknadsföringen fokuserar hur tjänster uppstår i interaktionen och hur kvalitetsarbetet ställs i centrum. Större delen av konkurrenskraften i industrin beror idag på hur väl man kan erbjuda ett system av varor och tjänster. Detta innebär bl a att tjänster blir en central aspekt redan i utvecklingsprocessen.

Ett resursbaserat perspektiv på företag och strategiutveckling ser till hur företagen kombinerar och utvecklar sina resurser för att uppnå konkurrensfördelar. Området *strategic human resource management* är en central process för det enskilda företag då kompetensförsörjning och personalpolitik i övrigt fokuseras i en allt mer personalberoende produktion. Konkurrenskraften finns inte enbart i tekniska resurser utan snarare i hur vi kombinerar olika teknologier med andra resurser då oftast i mänsklig form. Detta reser krav på en strategisk kompetensförsörjning såväl internt bl a i form av ledarskapsutveckling som externt i form av rekrytering. Andra områden som hur vi skapar motiverande karriärer och försäkras oss om rätt kompetens hos de anställda lyfts också fram. Frågor som rör området *human resource management* är centrala inte bara för den strategiska ledningen utan också för den eller de projektansvariga.

Kursen hanterar dessa områden i projektets form och fokuserar projektledningen. Detta låter sig göras genom att kursdeltagarna genomför verkliga, avgränsade projekt i samarbete med externa uppdragsgivare. Projekten är den centrala lärmiljön, dvs att det är i det egna projektet och i samarbetet med och lärande av andra projekt den pedagogiska grunden finns.

Litteratur:

Bratton J. & J Gold (1999) *Human Resource Management: Theory and Practice*, Mac Millan Business (408 sid.). Briner, W m fl (1999) *Projektledaren*; Svenska förlaget (225 sid.). Ford, D m fl (1998) *Managing business-relationships*; John Wiley & sons (283 sid.). Zeithaml, V & M. Bitner (1996) *Services Management*; McGrawHill (689 sid.). Kompendium ca 200 sidor. Innehållande artiklar kring strategi; praktikfall samt övrigt kompletterande material.