

Bilaga till kursplan

FÖ0368 Företagsekonomi tillämpad inom den agrara näringen, del 1,



Flik ①

Litteratur

(ordnade efter ämnesområden som behandlas i kursen)

Litteratur till de första delarna i kursen finns som kompendium och övrig litteratur kan införskaffas efter det att kursen startat.

Ekonomistyrning

Kompendium

Delavsnitt

Bidragkalkylering

Kostnadsteori

Självkostnadskalkylering

Likviditetsbudgetering

Finansiering

Excel

Linjär Programmering

Kompendium

Komp. i Kalkylering för
landsbygdsföretagare (flik 2)

Komp i kostnadsteori (flik 6)

Komp i självkostnadskalkylering
(flik10)

Komp i likviditetsbudgetering (flik 20)

Kompendium i finansiering (flik 24)

Kort introduktion till Microsoft Excel
(flik 18)

Kompendium i linjär programmering
(flik 14)

(Totalt ca 400 sidor inkl. flik 28: Redovisning och beskattning, denna litteratur finns tillgänglig vid kursstart, pris ca 300 kr, betalas med kort)

Referenslitteratur

Som komplement till ovanstående duger diverse allmänekonomisk litteratur, t.ex.:

Holmström, N. & Lindholm, G. (2011). *Företagsekonomi – från begrepp till beslut*. 6 uppl. Stockholm: Bonnier utbildning. (485 s)

Berggård, J. (2018). *Företagsekonomi – från begrepp till beslut*. 7 uppl. Stockholm: Sanoma utbildning. (470 s)

Olsson J. & Skärvad, P-H. (2017). *Företagsekonomi 100 Fakta*. 18 uppl. Stockholm: Liber. (520 s)

På <http://studentia.se/> är de gratiskompendier som finns bra komplement och fördjupning.

Redovisning och beskattning

Övriga läromedel

Diverse material, delvis broschyrer från skatteverket (gratis), delvis speciellt skrivet material (flik 28).

Referenslitteratur

(om du vill ha mer text och något mer helhet, avvakta med inköp till efter kursstart):

Lundén, B. (2012) *Redovisning i lantbruk*. 3 Uppl. Näsviken: Björn Lundén Information. (327 s) (behandlar bokföring/bokslut)

Lundén, B. (2017). *Lantbrukarboken*. Näsviken: Björn Lundén information, (behandlar anställda, bilen, skattekontot..., dvs mer om omgivningen till den rena bokföringen)

Marknadsföring

Böcker

Kotler, P. och Parment, A. (2017). *Marknadsföring Teori Strategi och Praktik*. Harlow: Pearson

Referenslitteratur

Jobber, D. (2019). *Principles and Practice of Marketing*, 9 ed. McGraw-Hill Education (UK),

Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing, Global Edition*, 17th ed. Harlow: Pearson Education Limited,

Wildenstam, P. Och Uggla, H. (2018). *Marknadsföring – Modeller och Principer*. Fjärde uppl. Stockholm: Sanoma Utbildning.

Kindström, D., Kowalkowski, C., Parment, A. (2012). *Marknadsföring mellan företag*. 1:1. Uppl. Stockholm: Liber AB.

Nell, W. T., Napier, R.J. (2009). *Strategic Approach to Farming Success*. Publisher Wim Nell, Agricultural Managment Consultant, South Africa.

Wadström, P., Schriber, S., Teigland, R. & Kaulio, M. (2017). *Strategi*. Första uppl. Stockholm: Liber AB,

Nationalekonomi

Böcker

Eklund, K. (2017) *Vår ekonomi, en introduktion till samhällsekonomi*. 14 uppl. Lund: Studentlitteratur

Lärandemål, betyg

FÖ0368 Företagsekonomi tillämpad inom den agrara näringen, del 1., 15 hp				
b e t y g	Beskriva och bedöma olika kommunikationsinsatser ur ett företagsperspektiv	Beskriva och förklara terminologin inom nationalekonomi och för företag tillämpliga delar inom samhällsekonomin	Beskriva, förklara och tillämpa olika hjälpmedel inom ekonomistyrning och marknadsföring	Beskriva, förklara och använda lagar, regler etc. inom externredovisning och beskattning,
	Projekt	Närvaro	Två tentamina med tre separata delar i ekonomi- styrning resp. marknads- föring. Dessutom två case med opponering.	En tentamen med tre separata delar
E x a m i n	5		Drar slutsatser kring vilka hjälpmedel inom ekonomistyrning och marknadsföring som bör användas i olika situationer	Värderar konsekvenserna av olika beteenden avseende bokslutsteknik
	4	Skriver en popälvetskaplig artikel på ca 1 A4-sida, opponerar på två andra.	Undersöker kombinationer av olika hjälpmedel inom ekonomistyrning och marknadsföring	Undersöker konsekvenser av om lagar och regler tillämpas på olika sätt
	3	Beskriver och förklarar terminologin inom företagsekonomi och för företag tillämpliga delar inom samhällsekonomin	Beskriver, förklarar och tillämpar olika hjälpmedel inom ekonomistyrning och marknadsföring,	Beskriver, förklarar och använder lagar, regler etc. inom externredovisning och beskattning,
U				
Vikt	1	1	3	2

Gränser för betyg är

Betyg 3: 15 – 17,5 betygspoäng, betyg 4: 17,6 – 22,5 betygspoäng och betyg 5: 22,6 - 25 betygspoäng.

Ordinarie tentamen + första omtentamen i kursen har graderade betyg, därefter (på generella omtentamenstillfällen) finns endast betyg 3 och u.

Utförlig beskrivning för lärandemål 3 – delen marknadsföring

Betyg 3 motsvarar grundläggande kunskap. Detta innebär att studenten skall kunna beskriva och redogöra för olika begrepp och modeller inom marknadsföring som ingår i kursen.

Betyg 4 innebär att studenten skall, utöver kriterier för betyg 3, resonera kring relevanta begrepp, modeller och teorier samt tillämpa dessa på exempel från den agrara näringen. Studenten skall även kritiskt kunna bedöma och välja bland relevant information som hör till ämnet.

Betyg 5 innebär att studenten skall, utöver kriterier för betyg 3 och 4, kunna dra slutsatser från och analysera sina val av modeller och teorier. Studenten skall utifrån analysen kritiskt kunna bedöma och föreslå relevanta åtgärder och visa förståelse för problemställningen i ett större perspektiv som hör till ämnet.

Kurskrav

Företagsekonomi tillämpad inom den agrara näringen, del 1, FÖ0368

För godkänd kurs (betyg 3) krävs följande:

- Närvaro vid 80% av gästföreläsningar, studiebesök etc. (markerade med en stjärna i schemat). Gästföreläsningar är föreläsningar där ingen kunskapsmätning sker i form av tentamen eller inlämningsuppgift. Närvarokontroll kommer att ske för de flesta ovanstående. Om närvaron är mindre än 80% får ett eget arbete göras på något av de missade områdena. Ingår i lärandemål nr 1.
- Inlämnad och godkänd skriftlig artikel (LW, lärandemål nr 1) samt opponering på två andra inlämnade artiklar.
- Inlämningsuppgift Excel (JL, lärandemål nr 3)
- Betyg i marknadsföring sätts utifrån resultat på tentamen. Studenten skall även vara godkänd i de obligatoriska gruppinlämningarna uppgift 1 och 2 (JNY, lärandemål nr 3).
- Godkända tentamina.

Den första tentamen avser ekonomistyrning (Jan Larsson.). Tentamensfrågor delas ut 1 vecka före tentamen och tentamen utgör några av dessa frågor i svagt modifierat skick, kravet är 80% rätt för betyg 3. Dessutom finns en betyg4-tentamen och en betyg5-tentamen (Lärandemål nr 3)
Skrivningstid: 8.15 – 12.00. Tillåtna hjälpmedel: inga utöver skrivmaterial etc.

Den andra tentamen består av Externredovisning och beskattning (Jan Larsson, lärandemål nr 4). För betyget 3 på tentamen krävs 60%. Det finns även betyg4- och betyg5-tentamen. Tentamen varar mellan 08.15 – 12.00. Tillåtna hjälpmedel är skrivmaterial, kurslitteratur och egna anteckningar.

Den tredje tentamen (samtidigt med den andra tentan) är i marknadsföring och består av tre delar:

Del 1: Flervalsfrågor begrepp/modeller (obligatorisk del, skrivs samtidigt som Externredovisning och beskattning kl. 08.15 – 12.00)

Del 2: Förklara begrepp/modeller och exemplifiera (obligatorisk del, skrivs samtidigt som Externredovisning och beskattning kl. 08.15 – 12.00)

Del 3: ”Konsultuppdraget” – Tillämpa teori och modeller (frivillig del, skrivs på eftermiddagen kl. 13.15 – 16.00, efter del 1 & 2). Observera att det är separat anmälan till del 3!

Studenten har två val:

1. För betyg 3 kan studenten välja att endast skriva del 1 & 2 som totalt ger 42 poäng. För betyg 3 min 33 poäng (80%).
2. För högre betyg krävs att studenten skriver hela tentamen. För betyg 3 min 42 poäng (60%).

Tabell betygsnivåer

Del	Betyg	Max. poäng	Min. för godkänd	Tid	Hjälpmedel
1 & 2	U/3	42	33 (80%)	08.15 – 12.00	Inga tillåtna
1, 2 & 3	U/3/4/5	70	42 (60%)	13.15 – 16.00	Utdelat material

Omtentamen marknadsföring

Omtentamen kommer bestå en tentamen med blandade frågor, dvs. både flervalsfrågor, begrepp och öppna frågor. För betyg 3 krävs 60%. Omtentamen skrivs vid, av SLU angivna tillfällen.

Uppgift 1 & 2 i marknadsföring

Uppgift 1 - Marknadsundersökning

8 grupper med redovisningen den 27 september.

- Grupper 1 – 4 redovisar kl. 10.15 – 12.00
- Grupper 5 – 8 redovisar kl. 13.15 – 15.00

Varje grupp förväntas även enligt bifogade tabeller nedan läsa igenom och opponera på en annan grupps arbete.

Grupper/opponentskap (Uppgift 1)



Redovisning 1 – förberedelser

Grupp	Opponent
1	2
2	3
3	4
4	1

Grupp	Opponent
5	6
6	7
7	8
8	5

Förklaring, exempel Grupp 1:

- Grupp 1 blir granskad av grupp 2, får både skriftlig (på innehåll) och muntlig (presentationen) återkoppling. Vad har gjorts bra/mindre bra?
- Grupp 1 granskar grupp 4, ger både muntlig och skriftlig återkoppling. Vad har gjorts bra/mindre bra?

Uppgift 2: Företagscase (företag från studiebesök 3 okt.)

8 grupper med redovisning den 22 oktober.

- Grupp 4, 5, 7 och 8 redovisar den 22 oktober kl. 08.15 – 10.00
- Grupp 2, 3, 5 och 6 redovisar den 22 oktober kl. 10.15 – 12.00



Uppgift 2

– företagscase

Grupp	Företag	Fokuskapitel
4, 6	Stora Markie	Varje grupp väljer <u>ett</u> fokuskapitel senast 1/10
7, 2	Hallongården	
8, 5	BJUD Grönsaker	
1, 3	Vingården i Klagshamn	



Redovisning 2

– förberedelser

Grupp	Opponent
4	7
7	5
8	4
5	8

Grupp	Opponent
6	5
2	6
5	3
3	2

Förklaring, exempel Grupp 4:

- Grupp 4 blir granskade, får både skriftlig (innehåll) och muntlig (presentationen) återkoppling av grupp 7. Vad har gjorts bra/mindre bra?
- Grupp 4 granskar grupp 8 samt ger både muntlig och skriftlig återkoppling. Vad har gjorts bra/mindre bra?

För båda redovisningsmomentet gäller följande:

- Redovisande grupp har 10 min för muntlig presentation till förfogande.
- Opponerande grupp har 3 min att presentera kort feed-back för både det skriftliga arbetet och muntliga presentationen.
- Skriftlig opponering skall lämnas in till handledaren efter presentation vid redovisningstillfället.
- Skriftlig opponering: Kort sammanfattning om vad som är bra samt vad som kan förbättras.
- Omfattning skriftlig opponering ½ A4, stil: Calibri brödtext, 11p, radavstånd 1,15
- Till muntlig presentation: SLUs ppt-mall skall alltid användas. Mallen kommer finnas upplagd på Canvas i mappen för ”Marknadsföring”.
- Betyg U/G

Kursen kommer att avslutas med ordinarie tentamen den 1 november.