



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

1EB011 Etablering av affärsprocesser, 22,5 högskolepoäng

The Establishing of Business Processes, 22.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi, Rättsvetenskap

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2015-06-26

Senast reviderad 2017-11-29 av Ekonomihögskolan. Litteraturrevidering.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2019

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att den studerande med godkänt resultat genomgått termin 1 på programmet Enterprising and Business Development.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- skriftligt redogöra för grundläggande begrepp och teorier inom omvärldsanalys och omvärldsbevakning
- genomföra och presentera en omvärldsanalys samt utforma företagsspecifika metoder för kartläggning och analys av omvärldsinformationsbehov
- skriftligt redogöra för grundläggande begrepp och teorier inom informationsförsörjning och informationssystem samt utforma omvärldsbevakningsrutiner ur ett informationssystemvetenskapligt perspektiv
- redogöra för grundläggande begrepp och teorier inom entreprenörskap, särskilt kopplat till utveckling och etablering av affärsprocesser
- redogöra för grundläggande makroekonomiska begrepp
- genomföra finanspolitiska analyser med hjälp av nationalekonomiska modeller
- redogöra för och tillämpa grundläggande juridiska begrepp inom marknadsrätt, kredit- och säkerhetsrätt samt immaterialrätt
- självständigt framställa affärsstrategiska frågeställningar
- identifiera, problematisera, planera och genomföra affärsprojekt, samt skriftligen redovisa detta

Innehåll

Kursen innehåller:

- grundläggande omvärldsanalys utifrån följande perspektiv; företagsekonomi, rättsvetenskap, nationalekonomi, affärsinformatik och socialpsykologi
- planering av ett affärsprojekt utifrån följande perspektiv; företagsekonomi, rättsvetenskap, nationalekonomi, affärsinformatik och socialpsykologi
- genomförande av ett affärsprojekt utifrån följande perspektiv; företagsekonomi, rättsvetenskap, nationalekonomi, affärsinformatik och socialpsykologi

Kursen motsvarar:

Företagsekonomi, 7,5 hp

Rättsvetenskap, 7,5 hp

Nationalekonomi, 3 hp

Affärsinformatik, 3 hp

Socialpsykologi, 1,5 hp

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i partnerskap med företag. Den grundläggande ambitionen är att studenterna genom olika slag av uppgifter ska efterfråga och på egen hand söka kunskap. Studenterna ska själva utveckla och forma sin utbildning och ta ett eget ansvar för undervisningens olika moment såväl som sin egen inläring. Denna studentens inlärningsprocess stöds genom studiehandbok, föreläsningar, efterläsningar, seminarier, reflektionsmöten, handledning och litteraturanvändning. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examination sker genom projektrapporter, redovisning av projektrapporter, skriftlig tentamen, inlämningsuppgifter och muntliga redovisningar.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: Kursen överlappar 1EB002 med 100 %.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Armstrong, G. & Kotler, P. *Marketing. An introduction*. Pearson/Prentice Hall.
Senaste upplagan. Ca 550 sidor.

- Ax, C., Johansson, C. & Kullvén, H. *Den nya ekonomistyrningen*. Stockholm: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. Ca 300 sidor.
- Begg, D. & Ward, D. *Economics for Business*. McGraw-Hill. Senaste upplaga. Ca 450 sidor.
- Bolman, L. G. & Deal, T. E. *Nya perspektiv på organisation och ledarskap: kreativitet, val och ledarskap*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 460 sidor.
- Bryman, A. & Bell, E. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.
- Carter, S. & Jones-Evans, D. *Enterprise and Small Business – Principles, Practice and Policy*. Pearson. Senaste upplagan. Ca 570 sidor.
- Frankelius, P. *Omvärldsanalys*. Malmö: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. Ca 280 sidor.
- Hamrefors, S. *Den uppmärksamma organisationen. Från Business Intelligence till Intelligent Business*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.
- Hägg, G. *Praktisk retorik*. Wahlström och Widstrand. Senaste upplagan. Ca 250 sidor.
- Kahaner, L. (1998). *Competitive Intelligence: how to gather, analyze, and use information to move your business to the top*. London: Simon & Schuster. 300 sidor.
- Maunsbach, U. & Wennersten, U. *Grundläggande immaterialrätt*. Gleerups förlag. Senaste upplagan. Ca 150 sidor.
- Nordell, P. J. *Marknadsrätten – en introduktion*. Norstedts juridik. Senaste upplagan. Ca 125 sidor.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. *Business Model Generation: A handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. Wiley. Senaste upplagan. Ca 280 sidor.
- Sigbladh, R. & Wilow, S. *Kredithandboken: en praktisk vägledning i kreditarbetet*. Norstedts juridik. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.
- Tonnquist, B. *Projektledning*. Stockholm: Sanoma Publishing. Senaste upplagan. Ca 400 sidor.
- Artikelkompendium, Ca 350 sidor.
- Referenslitteratur**
- Andersson, G. *Kalkyler som beslutsunderlag*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 100 sidor.
- Bruce, M. & Bessant, J. *Design in Business. Strategic Innovation Through Design*. Pearson Education. Senaste upplagan. Ca 290 sidor.
- Cooper, R. & Press, M. *The Design Agenda: A guide to successful design management*. Wiley. Senaste upplagan. Ca 300 sidor.
- Fredholm, P. *99 Koncept - för dig som vill använda IT för verksamhets- och affärsutveckling*. Lund: Studentlitteratur AB. Senaste upplagan. Ca 300 sidor.
- Fuld, L. *The Secret Language of Competitive Intelligence*. Crown Business. Senaste

upplagan. Ca 320 sidor.

Furustig, H. & Sjöstedt, G. *Strategisk omvärldsanalys*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.

Jönsson, S. *Product Development - Work for Premium Values*. Stockholm: Liber. Senaste upplagan. Ca 300 sidor.

Lundberg, D. *IT och affärsnytta. Konsten att lyckas med investeringar i IT*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 300 sidor.

Melin, F. *Varumärkesstrategi: Om konsten att utveckla starka varumärken*. Malmö: Liber förlag. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.

Olve, N-G. & Falk, T. *IT som strategisk resurs*. Malmö: Libris. Senaste upplagan. Ca 200 sidor.

Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D. *Product Design and Development*. New York: McGraw Hill. Senaste upplagan. Ca 360 sidor.