



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE690 Business Relations, 7,5 högskolepoäng
Business Relations, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-06-15

Senast reviderad 2012-06-25. Litteraturrevidering

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2012

Förkunskaper

Företagsekonomi 22,5 hp varav 15 hp organisation och marknadsföring.

Mål

Efter kursen skall studenten självständigt kunna kritiskt problematisera och analysera:

- Begreppen B2B (industriella marknader), nätverk, affärsrelationer, entreprenörskap och intraprenörskap. De skall även kunna beskriva och förklara vad som kännetecknar professionella marknader och hur företag relaterar till varandra med ett nätverksperspektiv. De skall även förstå nätverkets innebörd för entreprenöriella skeenden och företagsutveckling.

Utöver ovanstående skall studenter också utveckla sin egen förmåga att planera, genomföra och utvärdera men särskilt genomföra sina egna eller andras entreprenöriella processer från idé till handling. Kursens övergripande mål är att ge studenter en förståelse för business-to-business relationer and relationernas roll i entreprenörskap.

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- analysera en verklig affärssituation genom att tillämpa teorier.
- kommunicera praktisk och teoretisk förståelse om nätverk, affärsrelationer och deras roll i entreprenörskap.

Innehåll

- Entreprenörskapets väsen
- Nätverksperspektiv
- Hantera relationer med professionella kunder, leverantörer och andra affärspartners
- Utformning och genomförande av ett erbjudande
- Teknologi och utveckling på professionella marknader

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, gäst föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Gästföreläsningar och seminarier är obligatoriska. Aktivt deltagande krävs vid seminarier där uppgifter behandlas och presenteras. Deltagande i uppgifter och seminarier är obligatoriskt, liksom förberedelse för dessa.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

The grading is based on assessment of the written exams, reports and the student's ability to present and discuss report contents. Results are graded using one of the terms Passed with distinction, Pass or Fail, and A-F according to the ECTS scale.

Students who do not achieve a satisfactory result in the examinations are permitted to make a second attempt approximately 5-8 weeks after the normal examination date. The student will have a minimum of five occasions for written exams in relation to the syllabus to which the student was accepted. Usually 3 occasions per academic year.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Burn, P., (2011). Entrepreneurship & small Business. Start-up, growth & maturity. (Senaste upplagan) Hampshire: Palgrave, delar av 516 s. ISBN: 978-0-230-24780-2.

Ford, D., Gadde, L-E., Håkansson, H. & Snehota, I. (2011). Managing Business Relationships. (Senaste upplagan) Wiley: Chichester. 256 s. ISBN: 978-0-470-72109-4

Artiklar tillkommer.