



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE690 Business Relations, 7,5 högskolepoäng

Business Relations, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd 2009-06-15

Senast reviderad 2014-05-28 av Ekonomihögskolan. Litteraturrevidering, uppdatering standardtexter.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2014

### Förkunskaper

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

### Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- problematisera och analysera begreppen B2B (industriella marknader), nätverk, affärsrelationer, entreprenörskap och intraprenörskap
- beskriva och förklara vad som kännetecknar professionella marknader och hur företag relaterar till varandra med ett nätverksperspektiv
- beskriva och reflektera över nätverkets innebörd för entreprenöriella skeenden och företagsutveckling
- planera, genomföra och utvärdera sina egna och andras entreprenöriella processer från idé till handling
- analysera en verklig affärssituation genom att tillämpa teorier
- kommunicera praktisk och teoretisk förståelse om nätverk, affärsrelationer och deras roll i entreprenörskap.

### Innehåll

Kursen innehåller:

- 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, gästföreläsningar, 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. Obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Bedömning av studentens prestationer sker genom skriftlig tentamen, rapporter, muntliga presentationer samt ett aktivt deltagande i seminarier.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr ELNU 2011/160”. För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie examinationstillfälle, erbjuds möjlighet till omexamination i regel 5-8 veckor efter ordinarie tillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

## Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, 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. *Entrepreneurship & small business. Start-up, growth & maturity*. Hampshire: Palgrave. Senaste upplagan. 516 s.

Ford, D., Gadde, L-E., Håkansson, H. & Snehota, I. *Managing Business Relationships*. Chichester: Wiley. Senaste upplagan. 256 s.

Vetenskapliga artiklar, ca 100 sidor.