



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE692 Business Relations, 7,5 högskolepoäng

Business Relations, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-11-12

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2015

### Förkunskaper

Företagsekonomi I, 30 hp eller minst 15 hp slutförda kurser från företagsekonomi I, samt Eng B/6.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas 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, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Aktivt deltagande krävs vid seminarier där uppgifter behandlas och presenteras. Obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examinationsformer

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

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

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 totalt 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 kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

## 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.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs: Överlappar kursen: 1FE690.

## 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.