



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE951 Entrepreneurship and Business Development in Africa, 7,5 högskolepoäng

1FE951 Entrepreneurship and Business Development in Africa, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2020-01-22

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Grundläggande behörighet + Engelska 6.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva och reflektera över de ekonomiska och sociala förändringarna i afrikanska länder under de senaste decennierna
- förstå mångfald, ekonomisk utveckling och ekonomisk potential i utvalda afrikanska länder
- utvärdera hur utländska och afrikanska multinationella företag, små och medelstora företag samt sociala företag kommer in i och blir framgångsrika inom dessa afrikanska marknader
- analysera strategier för att utveckla företag, socialt entreprenörskap och framgång som betonar Afrikas unika sammanhang
- utveckla, utvärdera och presentera en plan för att göra affärer i Afrika

Innehåll

Kursen innehåller:

- Afrika som marknadsområde
- tillväxt av afrikanskt företagande och afrikanska företag
- affärsmöjligheter för utländska företag i Afrika
- Afrikansk affärskultur
- planering och hantering av inträde och framgång på afrikanska marknader
- företag och socialt entreprenörskap i Afrika

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier efter kursansvarigs instruktion. Undervisningen består av föreläsningar, individuella och gruppövningar. Student-Centered Learning (SCL) -metoden kommer att användas i denna kurs. Kursen förutsätter tillgång till dator och internet. Inga obligatoriska sammankomster på campus ingår.

Examination

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

Kursen examineras genom två individuella inlämningsuppgifter (å 5 hp och 2,5 hp).

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. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen är engelska kommer även examinationer ges på engelska.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Akiyoade, A., Dietz, T. & Uche, C. (2017). *Entrepreneurship in Africa*. Boston: Brill. Series: African dynamic. (Finns som Open Access på: <https://brill.com/view/title/33333>). 409 sidor.

Gekonge, C. O. (2014). *Emerging Business Opportunities in Africa: Market Entry, Competitive Strategy, and the Promotion of Foreign Direct Investments*. Doing Business in Africa Inc. USA. 391 sidor.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar och rapporter Cirka 400 sidor.

Referenslitteratur

Owusu R. A., Hinson R., Adeola O., Oguji N. (2021). *Business-to-Business Marketing. How to Understand and Succeed in Business Marketing in an Emerging Africa*. Routledge. Taylor and Francis Press. 456 sidor.