



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1IR596 International Business Studies - Business Development with International Entrepreneurship, 15 högskolepoäng

International Business Studies - Business Development with International Entrepreneurship, 15 credits

Ämnesgrupp

Övrigt inom ekonomi och administration

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-11-12

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2015

Förkunskaper

International Business Studies I, 15 hp eller Företagsekonomi I, 30 hp och Engelska B/Engelska 6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för relevanta koncept inom internationell affärsutveckling
- analysera praktiska affärsfall inom internationell affärsutveckling och internationellt entreprenörskap
- analysera och reflektera över praktiska affärsprojekt
- professionellt presentera praktiska affärsprojekt muntligt och skriftligt

Innehåll

Kursen innehåller:

- internationell affärsutveckling i ett historiskt perspektiv
- internationella expansionsstrategier
- geografiska etableringsformer
- interkulturellt ledarskap och utveckling av internationella organisationer
- bygga och styra internationell affärsverksamhet med hjälp av internet
- internationellt entreprenörskap
- praktiska reflektioner av verkliga affärssituationer och praktikfall

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och handledning. Obligatoriska

moment framgår av schemat.

Examinationsformer

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

Bedömning av studentens prestation sker genom skriftlig tentamen, skriftliga rapporter och muntliga presentationer. Aktivt deltagande i seminarier krävs för godkänt resultat.

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: 1IR595.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Bradley, F. *International Marketing Strategy*. Financial Times/Prentice Hall, UK. Senaste upplagan. Ca 440 s.

Kumar, V. *International marketing research*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall. Senaste upplagan. Ca 400 s.

Stutely, R. *The definitive business plan: the fast-track to intelligent business planning for executives and entrepreneurs*. FT Press. Senaste upplagan. Ca 310 s.

Material från Svenska Handelskammaren/Business Sweden. Ca 100 s.

Vetenskapliga artiklar, ca 40 s.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med handledare.