



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

2EB002 Skapa tillväxt i en affärsverksamhet, 15 högskolepoäng
Create Growth in a Business, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi, Socialpsykologi

Ämnesgrupp

Övrigt inom samhällsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-12-10

Senast reviderad 2012-06-25

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2012

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att 105 högskolepoäng på programmet Enterprising & Business Development har genomgåts med godkänt resultat

Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- Kritiskt diskutera internationalisering av affärsverksamheter, särskilt med avseende på ett affärsutvecklingsperspektiv
- Analysera hur internationalisering påverkar ett företags utveckling
- Redogöra för internationella rättsfrågor
- Bedöma kulturella faktorer betydelse för affärsverksamheter
- Behärska hur arbetet med internationalisering kan drivas genom affärsplanering
- Söka nya affärslösningar i samverkan med andra i en organisation
- Genomföra inom givna tidsramar ett internationaliseringsprojekt i samverkan med ett företag.
- Muntligt och skriftligt kritiskt diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper.
- Göra bedömningar med hänsyn till vetenskapliga artiklar inom huvudområdet
- Genomföra och kritiskt diskutera omvärldsanalysarbete
- Redogöra för grundläggande nationalekonomiska handelsteorier
- Redogöra för valutamarknadens uppbyggnad och funktion i samhället
- Genomföra valutapolitiska analyser med hjälp av nationalekonomiska modeller

Innehåll

Kursen är uppbyggd kring ett huvudfokus baserat på ett internationaliseringsperspektiv med huvudtemat internationalisering av en affärsverksamhet. Kursinnehållet byggs upp kring en temauppgift som görs inom ramen för denna delkurs och kursen Internationalisera en affärsverksamhet. Denna uppgift ska hantera internationaliseringsoch

affärsutvecklingsprojekt inom ramen för studentens partnerföretag. Kursens moment ska ge fördjupad förståelse för kulturers och internationella förhållandens betydelse för affärsverksamhet och hur detta kan användas för utveckling av en affärsverksamhet. Till stöd för detta arbetar studenterna med studieaktiviteter kring företagsekonomi, juridik, socialpsykologi, nationalekonomi och informationsvetenskap.

Kursen motsvarar:

Företagsekonomi, 10,5hp

Nationalekonomi, 1,5hp

Rättsvetenskap, 1,5hp

Informationsvetenskap, 1,5hp

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i partnerskap med företag. Den grundläggande ambitionen är att studenterna genom olika slag av uppgifter ska efterfråga och på egen hand söka kunskap. Studenterna ska själva utveckla och forma sin utbildning och ska ta ett eget ansvar för undervisningens olika moment såväl som sin egen inläring. Studentens inlärningsprocess stöds genom studiehandbok, föreläsningar, seminarier, handledning, och litteraturanvändning. Deltagande i vissa moment är obligatorisk och framgår av schema för kursen.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr 2011/160”

Examination sker genom redovisning av projektrapporter, muntliga redovisningar, alternativa examinationsformer och/eller olika slag av inlämningsuppgifter.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. 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.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. 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 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

Albaum Gerald & Edwin Duerr, *International marketing and export management*, Pearson, Senaste upplagan 1024 sidor

Begg, D. Ward, D. *Economics for Business*, 2nd ed., New York: McGrawHill Higher Education (2007), 414 sidor

Brown, J.S. & Duguid, P. (1991). *Organizational learning and communities-of-*

practice: Toward a unified view of working, learning, and innovation.
Organization Science. 2(1): 40-57.

Contu, A. & Willmott, H. (2003). *Re-embedding situatedness: The importance of power relations in learning theory*. Organization Science. 14(3): 283-296.

Chaffey, D. Wood, S. *Business Information Management*, New York: Financial Times Prentice Hall (2005), 662 sidor

Edelman, L.F., Bresnen, M., Newell, S., Scarborough, H., & Swan, J. (2004). *The Benefits and Pitfalls of Social Capital: Empirical Evidence from Two Organizations in the United Kingdom*. British Journal of Management. 15: S59–S69.

March, J. (1991). *Exploration and exploitation in organizational learning*. Organization Science. 2(1): 71-88.

Newell, S., & Tansley, C. (2007). *A Knowledge-based View of Agendaformation in the Development of Human Resource Information Systems*. Management Learning. 38(1): 95-119.

Newell, S., Scarborough, H., & Swan, J. (2010). *Why don't (or do) organizations learn from projects?* Management Learning. 41(3): 325-344.

Nonaka, I. (1994). *A dynamic theory of organizational knowledge creation*. Organization Science. 5(1): 14-37.

Ramberg International Commercial Transactions, Norstedts juridik, senaste upplagan

Senge, P. (1991). *The learning organization made plain*. Training & Development. 45(10): 37-44.

Litteratur (fokus på vetenskapliga artiklar) som studenterna söker själva
Informationsvetenskap, 150 sidor
Företagsekonomi, 200 sidor
Juridik, 200 sidor
Nationalekonomi, 200 sidor