



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE17E Entrepreneurial Marketing, 30 högskolepoäng

2FE17E Entrepreneurial Marketing, 30 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2E

### Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2014-01-22

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2014

### Förkunskaper

Företagsekonomi 1-90 hp varav 30 hp inom företagsekonomisk fördjupning marknadsföring på nivå G2F.

## Mål

### **Delkurs 1: Entreprenörskap - ett skandinaviskt perspektiv, 7,5 hp**

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för grundläggande entreprenörskapsteoretiska begrepp
- beskriva skillnaderna mellan olika perspektiv på entreprenörskap
- analysera betydelsen av de olika perspektiven och deras respektive antaganden för samhällsutvecklingen
- tillämpa teorier och modeller på berättelser om entreprenörskap i Småland och Skandinavien och tolka fallstudiernas innehåll
- identifiera, formulera och kritiskt diskutera teoretiskt och praktiskt relevanta frågeställningar knutna till samhällsentreprenörskap

### **Delkurs 2: Företagsekonomisk metod, 7,5 hp**

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för centrala begrepp och begreppsrelationer inom kvantitativa och kvalitativa metoder
- formulera forskningsproblem och metodologiskt grundade forskningsstrategier som svarar an mot det formulerade problemet utifrån såväl kvantitativa som kvalitativa metoder
- redogöra för ontologiska och epistemologiska ställningstaganden
- argumentera för val av empiriskt material och tillvägagångssätt för materialinsamling
- analysera, tolka och värdera forskningsresultat utifrån vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter

### **Delkurs 3: Examensarbete, marknadsföring, 15 hp**

Efter avslutad delkurs förväntas studenten kunna:

- identifiera och formulera avgränsade teoretiska och empiriska forskningsproblem
- planera och genomföra ett ämnesfördjupande arbete på begränsad tid genom att välja adekvata metoder och med hänsyn till vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter
- tillämpa vetenskapliga forskningsmetoder
- visa kunskaper inom specifika teoretiska ämnesområden
- kritiskt diskutera forskningsrapporter
- självständigt skriva och skriftligt presentera examensarbetet i dialog med lärare, studenter och eventuella fallföretag

### **Innehåll**

Kursen innehåller följande delkurser:

#### ***Delkurs 1 Entreprenörskap- ett skandinaviskt perspektiv 7,5 högskolepoäng***

Delkursen erbjuder en introduktion till ett skandinaviskt perspektiv på entreprenörskap i forskning och praktik. Skandinavisk entreprenörskapsforskning kännetecknas av sitt fokus på entreprenörskapets kontext och en ambition att vara kreativ och ifrågasättande i sin ansats. Delkursen tar sin utgångspunkt i klassisk entreprenörskapsteori som fokuserar på ekonomin, individen och företaget. Entreprenörskapsbegreppet vidgas sedan utifrån en skandinavisk kontext till att omfatta företagsamhet i alla sektorer i det nutida samhället. Särskilt betonas det entreprenörskap som finns i skärningspunkten mellan sektorer och som leder till utveckling av ett hållbart samhälle.

Delkursen innehåller:

- klassiska och samtida perspektiv på entreprenörskap: innovation och imitation, kausalt och iscensättande entreprenörskap, identifiering av möjligheter
- skandinaviskt perspektiv på entreprenörskap: samhällsentreprenörskap, organisatorisk kreativitet, vardagens entreprenörskap
- delkursen ger också tillfälle att studera entreprenörskap i praktiken i Småland och Skandinavien genom praktikfall och/eller fältarbete

#### ***Delkurs 2 Företagsekonomisk metod 7,5 högskolepoäng***

Delkursen introducerar centrala frågor och perspektiv i forskningsprocessen genom att fokusera på vetenskapsteori och metodologi:

- introduktion till forskningsprocessen och forskningsmetoder inom företagsekonomi
- introduktion till olika grundläggande vetenskapliga antaganden om kunskapsproduktion och olika forskningsperspektiv
- implikationer för praktisk forskning beroende på grundläggande antaganden om kunskapsproduktion
- formulering av forskningsfråga
- utvärderingskriterier
- tillgång till empiriskt material
- olika sätt att analysera och tolka kvalitativ och kvantitativ data
- olika sätt att skriva slutsatser och resultat
- forskningsetik
- diskutera och utvärdera ett examensarbete
- användning av referenser

### ***Delkurs 3 Examensarbete, marknadsföring 15 högskolepoäng***

Delkursen innehåller en seminarieserie för examensarbetet.

### **Undervisningsformer**

#### **Delkurs 1: Entreprenörskap - ett skandinaviskt perspektiv, 7,5 hp**

Föreläsningar, handledning och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat.

#### **Delkurs 2: Företagsekonomisk metod, 7,5 hp**

Föreläsningar och seminarier. Obligatoriska moment framgår av schemat.

#### **Delkurs 3: Examensarbete, marknadsföring, 15 hp**

Seminarier och handledning. Deltagande i seminarier är obligatoriskt. Obligatoriska moment framgår av schemat.

### **Examination**

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

**Delkurs 1: Entreprenörskap - ett skandinaviskt perspektiv, 7,5 hp** Examinationen sker genom enskilda skriftliga tentamina och/eller genom författandet av rapporter i grupp. I examinationen kan ingå att genomföra muntlig framställan inför grupp på ett professionellt sätt. Ett aktivt deltagande under obligatoriska seminarier förutsätts också för godkänt resultat.

**Delkurs 2: Företagsekonomisk metod, 7,5 hp** Examination sker genom en uppsats och en dugga.

**Delkurs 3: Examensarbete, marknadsföring, 15 hp** Bedömningen av de studerandes prestationer görs genom bedömning av examensarbete och opponering.

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 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.

Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning anmodas inte gå upp på ordinarie slutseminarium. Examensarbetet måste bedömas kunna bli godkänt vid ny sluthandledning och får gå upp på senare slutseminarium.

### 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: Varje delkurs har en motsvarande fristående kurs med vilken det finns en 100% överlappning.

2FE17E:1 överlappar 2FE061

2FE17E:2 överlappar 2FE006

2FE17E:3 överlappar 2FE07E

### Kurslitteratur och övriga läromedel

#### **Litteraturförteckning Delkurs 1 - Entreprenörskap- ett skandinaviskt perspektiv 7,5 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

Berglund, K., Johannisson, B., & Schwartz, B. (Eds.). (2012). *Societal Entrepreneurship – Positioning, Penetrating, Promoting*. Cheltenham, UK: Edward Elgar. 306 sidor.

Johannisson, B. & Lindholm Dahlstrand, Å. (Eds.) (2012). *Enacting Regional Dynamics and Entrepreneurship – Bridging the Territorial and Functional Rationales*. New York: Taylor & Francis. 136 sidor.

Hjorth, D., Jones, C., & Gartner, W. B., (Eds.) (2008). *Recreating/Recontextualising Entrepreneurship (Special issue)*. Scandinavian Journal of Management, 24(2). s. 81-168.

Vetenskapliga artiklar. 200 sidor.

#### **Litteraturförteckning Delkurs 2 - Företagsekonomisk metod 7,5 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

Bryman, A., Bell, E., *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Malmö: Liber ekonomi. Senaste upplaga, (Engelsk originalversion med ISBN 978-0-19-928498-6 är också tillåtet att använda). 621 sidor.

Yin, R. K. *Fallstudier: design och genomförande*, Malmö: Liber. Senaste upplaga, (Engelsk originalversion med ISBN 0-7619-2553-8 är också tillåtet att använda). 208 sidor.

Vetenskapliga artiklar, 200 sidor.

#### **Litteraturförteckning Delkurs 3 - Examensarbete, marknadsföring 15 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

Litteratur väljs i samråd med examinator