



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE29E Entrepreneurial Marketing, including Degree Project (Bachelor), 30 högskolepoäng

Entrepreneurial Marketing, including Degree Project (Bachelor), 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2E

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-05-27

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

Förkunskaper

Företagsekonomi 90 hp varav 30 hp inom företagsekonomisk fördjupning marknadsföring på nivå G2F, samt Engelska B/Engelska 6, eller motsvarande.

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 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. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

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

Examinationen sker genom tentamina.

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

Delkurs 3: Examensarbete, marknadsföring, 15 hp Examensarbetet utgörs av en skriftlig rapport som ska försvaras vid ett seminarium. I examinationen ingår även göra en muntlig och skriftlig opposition på ett annat examensarbete.

För kursen som helhet gäller följande: 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 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 kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning rekommenderas att inte gå upp på ordinarie slutseminarium.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs: Varje delkurs har en motsvarande fristående kurs med vilken det finns en 100% överlappning.

2FE29E:1 överlappar 2FE231, 2FE28E:1, 2FE061, 2FE11E:1 och 2FE17E:1
2FE29E:2 överlappar 2FE28E:2, 2FE10E:2, 2FE11E:2, 2FE17E:2, 2FE27E:2, 2FE006, 2FE197, 2EB004, 2FE904, 2FE941, 2FE04E:2 och 2EB013
2FE29E: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