



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

2FE951 International Business and Entrepreneurship – Perspectives from emerging markets, 15 högskolepoäng

2FE951 International Business and Entrepreneurship – Perspectives from emerging markets, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd 2019-08-21

Senast reviderad 2023-10-09 av Ekonomihögskolan. Provuppsättning, omformulering mål, undervisningsform, examination och standardtexter.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2024

Förkunskaper

Företagsekonomi 60 hp inklusive grundläggande marknadsföring, 7,5 hp. Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- tillämpa och analysera grundläggande begrepp inom internationella affärer och entreprenörskap i tillväxtmarknader
- använda teorier om tillväxtmarknader för att självständigt problematisera och skapa lösningsförslag inom internationella affärer och entreprenörskap
- genomföra strategisk analys och beslutsfattande relaterat till och inom tillväxtmarknaders mikro- och makromiljöer
- självständigt identifiera, formulera och diskutera olika aspekter av internationella affärer och entreprenörskap i tillväxtmarknader och relatera tillämpningen till diskuterade fall
- analysera affärshändelser under kursens gång och rapportera resultat och

slutsatser

Innehåll

Kursen innehåller:

- internationella affärer i tillväxtmarknader - perspektiv och paradigmer
- entreprenörskap i tillväxtmarknader - olika perspektiv på inhemskt och internationellt entreprenörskap
- diskussion om utmaningarna och framtiden för tillväxtmarknader i en global ekonomi
- fallstudier - Kursen fokuserar på fallstudiediskussioner om utvalda nya marknadsområden i världen, såsom BRICS och bortom. Diskussioner genom kursen kommer att fokusera på de internationella affärsmarknads- och entreprenörskapsparadigma för varje land
- problematisering, analys och strategiskt beslutsfattande

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med hjälp av en webbstudieplats och består av självstudier efter kursansvarigs instruktion. Undervisningen består av deltagande i webbaserade föreläsningar och seminarium och författande av individuella skriftliga rapporter. Kursen förutsätter tillgång till dator med internetuppkoppling och webbkamera.

Examination

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

Kursen examineras genom en skriftlig individuell tentamen 3 hp och en serie av skriftliga individuella inlämningsuppgifter om totalt 12 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.

Omexamination 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.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: 2FE251:3 med 15 hp

Övrigt

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

engelska.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Cavusgil, S.T, Ghauri, P.N. & Akcal. A. *Doing Business in Emerging Markets*. Sage Publications Ltd. Senaste upplaga. Cirka 420 sidor.

Jansson, H. *International Business Marketing in Emerging Country Economies: the third wave of internationalization of firms*. Edward Elgar Publishing. Senaste upplaga. Cirka 260 sidor

Vetenskapliga artiklar om internationella affärer och entreprenörskap i tillväxtmarknader. Cirka 250 sidor.

Valda fallstudier för kursens landsspecifika delar som väljs i samråd med lärare som är experter på valt land. Cirka 120 sidor.

Övriga läromedel

Dicken, P. (2011). *Global Shift*. 625 sidor. Tillgänglig via:
http://iss.ecnu.edu.cn/_upload/article/files/64/60/d73e7e414d44961b1d581595e55b/80312729-6ba5-44fa-abc4-f20984ae7a5d.pdf

Hisrich, R.D. *International Entrepreneurship - starting, developing and managing a global venture*. Sage publications. Senaste upplaga. Cirka 425 sidor.