



Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

4FE008 Business Development, 15 högskolepoäng
Business Development, 15 credits

Huvudområde
Företagsekonomi

Ämnesgrupp
Företagsekonomi

Nivå
Avancerad nivå

Fördjupning
A1N

Fastställande
Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2012-12-10

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2013

Förkunskaper
Kandidatexamen i företagsekonomi samt Engelska B

Mål

Efter fullgjord delkurs förväntas studenten kunna:

- värdera betydelsen av regional dynamik
- värdera och kritiskt diskutera de transformativa möjligheter internet erbjuder
- identifiera och utveckla affärsmöjligheter med utgångspunkt i övergången mot en upplevelseekonomi erbjuder
- analysera olika perspektiv på kompetens och kunskap
- värdera olika perspektiv på entreprenörskap och affärsutveckling
- tillämpa olika teoretiska perspektiv på utveckling och förändring i en företagskontext
- tillämpa modeller och andra teoretiska verktyg från kursen i en företagskontext
- förklara och relatera möjligheterna och konsekvenserna av att använda ett antal teoretiska perspektiv i en affärsutvecklingskontext

Innehåll

Kursen Business Development aktiverar, med utgångspunkt i företags agerande på en marknad, studenternas förståelse av och förmåga att applicera olika perspektiv och teoretiska modeller i avsikt att problematisera förväntade föreställningar kring förändring och utveckling. Kursen betraktar särskilt affärsutveckling som en pågående och fortlöpande tillblivandeprocess. Det underliggande temat är att medan internet erbjuder talrika möjligheter till utveckling och förändring, förändras inte den inneboende kraften i det regionala företaget och den fysiska platsen.

Kursen behandlar särskilt:

- kraften i regional och virtuell dynamik
- globalisering
- nätet och nätverkande
- skiftet mot en upplevelsebaserad ekonomi
- olika perspektiv på kunskap och lärande
- teoretiska perspektiv på förändring, mobilisering och utveckling
- affärsutveckling som intrig
- imitation som innovation

Undervisningsformer

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

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Bedömningen av de studerandes prestationer sker i form av examination via paper. 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.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

obligatorisk kurslitteratur

Akrich, M., Callon, M. & Latour, B., (2002), The key to success in innovation part I: The art of interessement, *International Journal of Innovation Management*, Vol 6, No 2, s. 187-206

Akrich, M., Callon, M. & Latour, B., (2002), The key to success in innovation part II: The art of choosing good spokespersons, *International Journal of Innovation Management*, Vol 6, No 2, s. 207-225

Bill, F., Bjerke, B., & Johansson, A. W., (eds), (2010) *(De)Mobilizing the Entrepreneurship Discourse - Exploring Entrepreneurial Thinking and Action*, Edward Elgar, 250 s.

Bourdieu, P., (2005) *The Social Structures of the Economy*, Polity Press, 180 s.

Callon, M., (2007), An Essay on the growing contribution of economic markets to the proliferation of the social, *Theory Culture & Society*, Vol 24, s. 139-163

Callon, M., Lascoumes, P. & Barthe, Y., (2009) *Acting in an Uncertain World. An Essay on Technical Democracy*. Cambridge, Massachusetts. MIT Press, 304 s.

Hjorth, D., & Kostera, M., (eds), (2007) *Entrepreneurship and the experience economy*, Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 318 s.

Normann, R., (2001) *Reframing Business, when the map changes the landscape*, Chichester: Wiley, 372 s.

Weick, K., E., (1995) *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks, Calif.: Sage, 231 s.

Zineldin, M., *Relationship Management for the future*. Studentlitteratur, Lund. Senaste upplagan. 347 sidor.

Vetenskapliga artiklar, 100 s.