HÖGSKOLAN I BORÅS

Entreprenörskap och affärsutveckling
Entrepeneurship and business development

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: SEN012
Version: 1.0
Fastställd av: Institutionsstyrelsen 2009-11-05
Gäller från: VT 2010

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet samt 60 högskolepoäng i Företagsekonomi
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen inleds med att ge en sammanfattande bild av entreprenörskapsforskningen. Härmed beskrivs generella trender, olika definitioner och innerbörder av entreprenörskap. Därefter arbetar studenten med att skapa en egen affärsidé, varpå denne formulerar en affärsplan. Ett centralt inslag i kursen är att studenten fördjupar sina kunskaper i hur en affärsplan formuleras.

Kursdelen Lösning avslutas med att studenten, i seminarieform, presenterar och diskuterar affärsplanens styrkor och brister. Efter det följer kursdelen Problematisering. Med hjälp av olika teoretiska perspektiv problematiseras affärsplanskonceptet. På så vis framträder begränsningar som den institutionaliserade affärsplanen medför. Genom att affärsidén och affärsplanen betraktas utifrån olika perspektiv, framträder alternativa beskrivningssätt. Härigenom kan studenten kreativt omformulera affärsidén och affärsplanen. Problematiseringen redogörs i rapportform och diskuteras i seminarieform.

Kursen avslutas med kursdelen Reflektion. I en rapport formulerar studenten hur dennes syn på begreppen entreprenörskap, affärsidé och affärsplan har förändrats, vilken diskuteras i seminarieform.

Mål

Studenten ska efter genomgången kurs förstå entreprenörskapets förutsättningar, kunna formulera en affärsplan och analysera affärsplanskonceptet med olika teoretiska perspektiv. Dessutom ska denne kunna formulera ett självständigt förhållningssätt om entreprenörskap.

Kunskap och förståelse
Studenten ska efter genomgången kurs kunna
- redogöra för entreprenörskapets förutsättningar och identifiera affärsidéns generella beståndsdelar
- analysera affärsplanskonceptet med hjälp av olika teoretiska perspektiv.

Färdigheter och förmågor
Studenten ska efter genomgången kurs kunna
- upptäcka affärsidéer, och formulera en affärsplan
- analysera de möjligheter och begränsningar som ligger i affärsplanens institutionaliserade framställningssätt.
- analysera bakomliggande faktorer som styr entreprenörskap och framställning av affärsidéer och affärsplaner.

Värderingsförmåga och förhållningssätt
Studenten ska efter genomgången kurs kunna
- värdera affärsidéer och affärsplaner.
- formulera ett självständigt förhållningssätt om entreprenörskap, affärsidén och affärsplanen som fenomen.

Undervisningsformer

Föreläsningar, grupparbeten och seminarier. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma. Litteraturen är både på svenska och engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom de tre obligatoriska seminarieuppgifterna: Lösning, Problematisering och Reflektion. För betyget Godkänd på helkurs krävs godkänt på samtliga seminarieuppgifter. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt på seminarieuppgifterna Lösning och Problematisering. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Kubr, T; Ilar, D och Marchesi, H. (2005). *Affärsplanering –En handbok för nya tillväxtföretag.* Ekerlids förlag.

Barringer, B. R. (2009). *Preparing Effective Business Plans – An Entrepreneurial Approach*. Pearson International Edition. Pearson Prentice Hall.

Artiklar
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 (June 2002) pp. 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 (June 2002) pp. 207-225.

Studentinflytande och utvärdering

Studentinflytande baseras på dialog och på ett nära samarbete mellan student och lärare. Kursutvärderingen genomförs genom att studenten får möjlighet att värdera kursens innehåll och genomförande, sin egen prestation och undervisande lärare. Utvärderingen ligger till grund för fortsatt kursutveckling och ingår också i den programutvärdering som sker. Den sammanställs och offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser.

Övrigt

Kursen ingår i Civilekonom-, Ekonom- och Dataekonomutbildningen samt ges som fristående kurs.