HÖGSKOLAN I BORÅS

e-Business och entreprenörskap
e-Business and entrepreneurship

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: A2BE2B
Revision: 4.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2023-11-15
Gäller från: VT 2024

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Avklarade kurser om minst 45 högskolepoäng i företagsekonomi.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen introducerar studenterna till centrala teorier och modeller inom e-Business och digitalt entreprenörskap, samt visar hur de kan tillämpas för att generera kreativa affärsidéer och innovativa affärsverksamheter. Den behandlar också entreprenöriella processer för att utveckla nya digitala lösningar. Kursen utforskar även konsekvenserna av e-Business och digitalt entreprenörskap för företag, konsumenter och samhället i stort.

Mål

Efter avklarad kurs förväntas studenterna kunna:

Kunskaper och förståelse
1.1 beskriva och förklara innebörden, omfattningen och huvudkarakteristika av e-Business, digitalt entreprenörskap och digital affärsmiljö,
1.2 redogöra för grundläggande teorier och modeller inom digitalt entreprenörskap och digital affärsmiljö,
1.3 identifiera och definiera resurser och färdigheter för att stödja utvecklingen och utformningen av entreprenöriella möjligheter inom den digitala kontexten,
1.4 reflektera över och förklara den digitala transformationens komplexitet och inverkan på samhället i stort,

Färdigheter och förmågor
2.1 utveckla och utforma en affärsplan för en digital företagsverksamhet,
2.2 granska och bedöma affärsplanen för en digital företagsverksamhet,
2.3 ta fram en affärspitch baserad på en affärsidé,
2.4 bedöma det vetenskapliga värdet av akademiska artiklar om e-Business, digitalt entreprenörskap och digitala marknadsplatser,
2.5 analysera och dra slutsatser om olika utmaningar som rör entreprenörskap och entreprenöriell utveckling i en digital kontext,

Värderingar och förhållningssätt
3.1 kritiskt förhålla sig till såväl egna som andras undersökningsresultat avseende digitalt entreprenörskap, e-Business och digitala marknadsplatser,
3.2 utifrån kurslitteraturen reflektera över samhälleliga och etiska begränsningar för ett företags verksamhet inom digitalt entreprenörskap, e-Business och digitala marknadsplatser.

Undervisningsformer

Undervisning på kursen består av föreläsningar, gästföreläsningar, workshops och seminarier.

Kurslitteraturen är på engelska.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Projektarbete: Gruppuppgift
Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 3,5
Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

Peer-Review: Gruppuppgift
Lärandemål: 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 1
Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

Reflekterande uppsats: Individuell uppgift
Lärandemål: 3.1, 3.2
Högskolepoäng: 3
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga moment. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom betyget Väl Godkänd på den individuella uppgiften (reflekterande uppsats).

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Allen, Jonathan P. (senaste upplagan). Digital entrepreneurship. Routledge.

Barringer, B.R. & Ireland, R.D. (senaste upplagan). *Entrepreneurship. Successfully Launching* New Ventures. Edinbourgh: Pearson Education.

Chaffey, D. (senaste upplagan). *Digial Business and E-commerce Management: strategy, implementation and practice,* Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial tillhandahålls via lärplattformen (max 300 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram. Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i Masterprogrammet i Management av digital handel handel och Kandidatprogrammet i Internationell Handel och IT. Den ges också för internationella utbytesstudenter.