



## EMNEBESKRIVELSE

### FUI2200 Forretningsutvikling og innovasjon II

1. Studium/studier	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Studieår/semester	1. studieår – 2.semester
3. Studiepoeng	15
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Tom Karp
5. Antall timer	75 timer
6. Forkunnskaper	Forretningsutvikling og innovasjon I Bedriftsøkonomi I
7. Mål	Studentene skal bevisstgjøres og trenes i rollen som entreprenør, dvs i rollen som forandringsagent og oppstarter/etablerer. Som ramme for dette så vil det gjennomføres et prosjekt hvor målet er at studentgrupper leverer en konkret og komplett forretningsplan. Det vil bli lagt vekt på evne til selvledelse og evne til å agere som entreprenør, samt det å kunne se muligheter, lede seg selv og andre, og bevege seg fra idé til realisering.
8. Innhold	Entreprenørskap og innovasjon Rollen som entreprenør og forandringsagent Entreprenørskapspsykologi Forretningsutvikling og forretningsplanlegging
9. Gjennomføring	Emnet vil gjennomføres som en serie modulbaserte workshops med forelesninger, veiledning, individuell- og gruppebasert jobbing. Temaer fra entreprenørskapsfaget samt forretningsutvikling vil bli belyst i forelesninger og diskusjoner. Studentene må regne med betydelig egeninnsats i løpet av kurset, blant annet i form av egen research og rapportskrivning for å ferdigstille en forretningsplan. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen – både gruppevis og individuelt.

10. Evaluering	<p>Studentene skal i grupper på inntil tre studenter levere inn tre underveisoppgaver (hvor av en muntlig presentasjon) som skal godkjennes for å kunne gå opp til skriftlig sluttteksamen. Dette er ikke karaktergivende.</p> <p>En gruppebasert skriftlig sluttteksamen (innlevering av forretningsplan). Denne teller 100 % av karakteren i emnet.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Karp, Tom. 2006. The inner entrepreneur: a constructivistic view of entrepreneurial reality construction. <i>Journal of Change Management</i> 6 (3):291. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco:] <a href="http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;AuthType=ip.url.uid.cookie&amp;db=buh&amp;AN=22897536&amp;loginpage=Login.asp&amp;site=ehost-live&amp;scope=site">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;AuthType=ip.url.uid.cookie&amp;db=buh&amp;AN=22897536&amp;loginpage=Login.asp&amp;site=ehost-live&amp;scope=site</a></p> <p>McAllister, John P. 1997. How to write a great business plan. <i>Harvard Business Review</i> 75 (6):180. [Tilgjengelig for studenter og ansatte ved MH via Ebsco:] <a href="http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;AuthType=ip.url.uid.cookie&amp;db=buh&amp;AN=460115&amp;loginpage=Login.asp&amp;site=ehost-live&amp;scope=site">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;AuthType=ip.url.uid.cookie&amp;db=buh&amp;AN=460115&amp;loginpage=Login.asp&amp;site=ehost-live&amp;scope=site</a></p> <p>McKinsey &amp; Company, Helge Refsum og Odd Utgård (red). 2007. <i>Fra idé til ny virksomhet: en håndbok for nye vekstselskaper</i>. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-01153-0. (279 s) Pris: 339,-.</p> <p>Mullins, John W. 2006. <i>The new business road test: what entrepreneurs and executives should do before writing a business plan</i>. 2nd ed. Harlow: Financial Times/Prentice Hall. ISBN: 978-0-273-70805-6. (305 s) Pris: 319,-.</p> <p>Peters, Tom. 2009. <i>Re-imagine!: business excellence in a disruptive age</i>. London: Dorling Kindersley. ISBN: 9781405345095. (464 s) Pris: 139,-.</p> <p>Steinhouse, Robbie og Chris West. 2008. <i>Think like an entrepreneur: your psychological toolkit for success, Prentice Hall business</i>. Harlow: Pearson/Prentice Hall. ISBN: 978-0-273-71838-3. (188 s) Pris: 219,-</p>
12. Anbefalt litteratur	