



**EMNEBESKRIVELSE**  
**ENT1100 Entreprenørskap**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling.
2. Studieår/semester	1. studieår/1.semester (kullene 2010-13 og 2011-14) 1. studieår/2.semester (kull 2012-15/vår13)
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<b>Kunnskap</b> Studenten skal etter endt emne ha fått en introduksjon til prosessen fra ide til oppstart av ny virksomhet inkludert idéutvikling, markedsforståelse, strategisk tenkning, organisering og finansiering.  <b>Ferdigheter</b> Studenten skal etter endt emne ha lært seg stegene og kriteriene ved utarbeidelse av en forretningsplan. Studenten skal tilegne seg teknikker for selvledelse og evne til å agere som entreprenør, samt det å kunne se muligheter, lede seg selv og andre.  <b>Generell kompetanse</b> Studenten skal etter endt emne være bevisstgjort mht. de krav som stilles til rollen som entreprenør.
7. Innhold	Introduksjon til: <ul style="list-style-type: none"><li>○ Psykologiske verktøy rettet mot utvikling av seg selv til entreprenør og forandringsagent</li><li>○ Forretningsutvikling</li><li>○ Idéutvikling, markedsforståelse, strategisk posisjonering, markedsutvikling og organisering.</li><li>○ Finansiering</li></ul>
8. Gjennomføring	Emnet gjennomføres som modulbaserte workshops av varierende lengde. Temaer vil bli belyst i forelesninger, veiledning og gruppebasert jobbing. Studentene må regne med betydelig egeninnsats bl.a. i form av research og utarbeidelse av forretningsplan. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen – individuelt og i grupper.
9. Samfunns-/næringslivskontakt	Næringslivskontakt etableres på to måter i dette emnet: Studentene skal intervju serie-entreprenører med henblikk på deres erfaringer. Studentene skal videre få tilbakemelding på sine

	forretningsideer av eksperter (investorer).
10. Vurdering	Innlevering av gruppebasert skriftlig forretningsplan teller 40 % av karakteren i emnet. Etterfølgende individuell muntlig eksaminering teller 60 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Mullins, John W. 2010. <i>The new business road test: What entrepreneurs and executives should do before writing a business plan</i> . Harlow: FT/Prentice Hall. ISBN: 9780273732792. Sider: 336. Pris: 250,-  Osterwalder, Alexander og Yves Pigneur. 2010. <i>Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers</i> . New Jersey: Wiley. ISBN: 9780470876411. Sider: 288. Pris: 240,-  Steinhouse, Robbie og Chris West. 2008. <i>Think like an entrepreneur: Your psychological toolkit for success</i> . Harlow: Pearson/Prentice Hall. ISBN: 9780273718383. Sider: 188. Pris: 130,-
12. Anbefalt litteratur	McKinsey & Company [Odd Utgård og Helge Refsum (red)]. 2007. <i>Fra idé til ny virksomhet: En håndbok for nye vekstselskaper</i> . 2.utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215011530. Sider: 279.  Peters, Tom. 2009. <i>Re-imagine! Business excellence in a disruptive age</i> . London: Penguin. ISBN: 9781405345095.

---

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.