



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) 1. studieår/2.semester (kull 2013-16/vår14)
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Casper Claudi Rasmussen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	Kunnskap 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. Ferdigheter 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. Generell kompetanse 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">○ Psykologiske verktøy rettet mot utvikling av seg selv til entreprenør og forandringsagent○ Forretningsutvikling○ Idéutvikling, markedsforståelse, strategisk posisjonering, markedsutvikling og organisering.○ Finansiering
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-/nærings- livskontakt	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	Hjemmeeksamen/forretningsplan over 2-12, som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Muntlig individuell eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering.
11. Pensumlitteratur ¹	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: 299,- 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: 279,- 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: 159,-
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.

¹ Med forbehold om prisendringer.