



ME2071 Utveckling av affärskoncept 7,5 hp

Business Venture Development

När kurs inte längre ges har student möjlighet att examineras under ytterligare två läsår.

Fastställande

Kursplan för ME2071 gäller från och med HT12

Betygsskala

P, F

Utbildningsnivå

Avancerad nivå

Huvudområden

Industriell ekonomi

Särskild behörighet

Antagen till ett masterprogram, alternativt minst 180hp. Genomförd grundkurs i entreprenörskap.

Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

Lärandemål

Kursen går igenom och ska ge en bred förståelse för hur nya affärskoncept kan tas fram i dynamiska marknader och framför allt marknader som förändras genom ny teknologi. Marknader analyseras för att identifiera existerande och förväntade affärsmöjligheter. Möjligheter prövas mot uppsatta kriterier och man lär sig därmed hur man ska både hitta och välja idéer att bygga en affär kring. Vidare görs marknadspositionering och analys av vad som är kritiskt för framgång i respektive fall. Stor vikt läggs vid att lära sig prioritera bland arbetsuppgifter och att lära sig att fokusera tillgängliga resurser och tid på det som minimerar osäkerheter, samt skapar ett större värde för konceptet.

Som helhet får studenterna lära sig var affärsmöjligheter mest sannolikt står att finna, hur dessa omvandlas till affärsidéer, hur befintliga idéer kan utvecklas till koncept och hur dessa kan tas tillvara som grund för nya verksamheter eller nya affärer inom större bolag och vad som krävs för att realisera potentialen. Kursen har också som mål att skapa en förmåga att se affärsmöjligheter och skapa ett intresse bland studenterna att se och ta till vara på dessa möjligheter. Kursen inkluderar men är ej begränsad till följande lärandemål:

Efter genomgången kurs ska studenterna kunna:

- Söka, analysera, utvärdera och välja fristående affärsmöjligheter, givet satta kriterier
- Driva affärsutvecklingsprojekt
- Bestämma huvudutmaning för respektive affär
- Identifiera och analysera kritiska framgångsfaktorer påverkande respektive affärs potential och implementering
- Utveckla en strategi för identifiera huvudutmaning
- Urskilja, formulera och väga nödvändiga antagande vid konceptutveckling
- Förstå hur och när tidigare förvärvade grundkunskaper (främst ekonomi, ledarskap och organisation, marknadsföring och teknik) samspelar och nyttjas
- Prioritera bland ett stort antal möjliga arbetsuppgifter får att nå uppsatta mål
- Presentera affärskoncept för potentiella finansiärer (skriftlig och muntlig presentation)
- Ta fram kritisk information snabbt ur öppna källor samt genom egna studier och intervjuer

Den valda pedagogiken har som övergripande mål att fostra eleverna till att ta mer egna initiativ, ta eget ansvar och vara mera drivande, samt se affärspotentialen i ny teknik.

Kursinnehåll

Kursens huvudsakliga innehåll är affärsutveckling och affärskonceptframtagning. Eleverna tar fram, utvecklar och säljer in affärskoncept givet en rad uppsatta kriterier.

Kursupplägg

Kursen bygger på ett antal mindre affärsutvecklingsprojektuppgifter. Parallellt med dessa ges ett antal individuella små hemuppgifter inom områden som t.ex.: marknadspositionering, marknadsanalys, konkurrensanalys, analys av affärsplaner etc. I grupper om två till tre elever tas affärskoncept fram. Arbetet utgår från en marknads- och branschanalys och

identifiering av möjliga affärsmöjligheter. Uppgifterna redovisas vid tre tillfällen och presenteras då för en jury bestående även av externa deltagare med relevant bakgrund och tyngd. Vid presentationerna bedömer juryn om gruppen kan gå vidare till nästa utvecklingssteg i konceptframtagningen. Framtagningen delas upp i följande steg: Val och formulering av affärsmöjlighet; Marknadspositionering, Konceptutveckling och Införsäljning.

Kurslitteratur

Preliminär lista:

- Bruce Barringer and R. Duane Ireland, *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (Pearson, 2010)
- Clayton M. Christensen, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fall* (Harvard Business School Press, 1997)
- John Mullins, *The New Business Road Test: What Entrepreneurs and Executives Should Do Before Writing a Business Plan* (FT Prentice Hall, 2010)
- Geoffrey A. Moore, *Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers* (Harper Business Essentials, 1991 (1999))
- Richard Rumelt, *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters* (Crown Publishing Group, 2011)
- John Mullins and Randy Komisar, *Getting to Plan B: Breaking Through to a Better Business Model* (Harvard Business Press, 2009)
- Richard Branson, *Losing My Virginity: How I Survived, Had Fun, and Made a Fortune Doing Business My Way* (Crown Business, 2011)

Slutgiltig lista delges vid kursstart.

Examination

- INL1 - Inlämningsuppgifter, 2,0 hp, betygsskala: P, F
- INL2 - Skriftlig redovisning, 2,5 hp, betygsskala: P, F
- SEM1 - Seminarie, 3,0 hp, betygsskala: P, F

Examinator beslutar, baserat på rekommendation från KTH:s handläggare av stöd till studenter med funktionsnedsättning, om eventuell anpassad examination för studenter med dokumenterad, varaktig funktionsnedsättning.

Examinator får medge annan examinationsform vid omexamination av enstaka studenter.

Övriga krav för slutbetyg

Betyg P för de tre examinationsdelarna.

Etiskt förhållningssätt

- Vid grupparbete har alla i gruppen ansvar för gruppens arbete.

- Vid examination ska varje student ärligt redovisa hjälp som erhållits och källor som använts.
- Vid muntlig examination ska varje student kunna redogöra för hela uppgiften och hela lösningen.