



Modulbeskrivelse

Modul 15: Business Models
5 ECTS
STADS kode: SBO700122K

Placering

3. semester

Modulansvarlig

Jesper C. Sort

Type og sprog

Modulet er et valgfag.

Modulet er baseret på forelæsninger, og der anvendes summemøder, gruppediskussioner og plenumdiskussioner i undervisningen. Der må også påregnes oplæg i plenum, ligesom der forudsættes aktiv deltagelse i løsningen af semestrets undervisningscases. Enkelte lektioner er baseret på en didaktisk undervisningstilgang, hvor de studerende har ansvar for indlæringen.

Undervisningen foregår på dansk og engelsk.

Mål

Målet med dette modul er at koble strategiske økonomistyringsinformationer til et kommunikations- og rapporteringsperspektiv.

Modulet tager udgangspunkt i de senere års mangfoldighed i supplerende rapportering og belyser den interne og eksterne anvendelse af strategiske informationer.

Efter modul 15 er det målet, at den studerende har opnået følgende:

Viden

- kendskab til grundlæggende teorier, herunder, repræsentation, kommunikation og transaktionsomkostningsteori
- kendskab til Business models og deres rolle i virksomhedsforståelse
- kendskab til nødvendigheden af strategisk rapportering omkring virksomhedens 'Business model' for forståelsen af virksomhedens virke, især over for kapitalmarkedet
- kendskab til effekterne af fyldestgørende information og gennemsigtighed

Færdigheder

- at kunne identificere og rapportere omkring virksomhedens 'value drivers'
- analysere virksomhedens centrale værdiskabelsesprocesser og derfra identificere de centrale nøgletal for værdiskabelse gennem modellen strategisk-system vurdering af organisationer
- analysere hvordan konkrete virksomheder kan belyse de mest centrale aspekter af deres virke gennem en sådan udvidet rapportering med udgangspunkt i business model begreberne
- at kunne identificere hvilken type strategisk rapportering der er bedst egnet til den enkelte virksomhed

Kompetencer

- at kunne udvikle en strategisk rapportering for en virksomhed fra bunden med udgangspunkt i dens business model
- at kommunikere omkring virksomhedens centrale værdiskabelsesprocesser på en troværdig og fyldestgørende måde
- at skabe gennemsigtighed for interne og eksterne interessenter og dermed minimere informationsrisiko som følge af informations asymmetri

Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre

Modulet tager udgangspunkt i repræsentations- og kommunikationsteori og bruger empirien omkring business models som indgangsvinkel til rapportering og kommunikation med virksomhedens interne og eksterne interessenter.

Omfang og forventet arbejdsindsats

Fagets estimerede tidsforbrug:

Forelæsning og øvelser = 24 timer

Forberedelse til undervisning og selvstudier = 89 timer

Eksamensforberedelse = 25 timer

I alt 138 timer.

Deltagerforudsætninger

Det er en fordel at have grundlæggende kendskab til strategi og strategisk styring, men ingen forudsætning.

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Oversigt over kursusgange, litteratur og andre oplysninger findes på moodle.

Eksamen

Der afholdes mundtlig, individuel eksamen i modul 15, med intern censur.

Det tilstræbes at lægge eksamen umiddelbart efter endt undervisning, således at den studerende kan udnytte viden herfra i projektarbejdet.

Evalueringskriterier:

For karakteren 12: Gives den fremragende præstation, der i forhold til ovenstående kompetence- og læringsmål demonstrerer en omfattende og reflekterende opfyldelse af modulets målsætninger, med ingen eller få uvæsentlige mangler.

For karakteren 02: Gives for den minimale acceptable grad af opfyldelse af de ovenstående kompetence- og læringsmål.

Evaluering foregår i henhold til studieordning.