Företagsekonomiska institutionen

Stockholms universitet

Kursplan

för kurs på avancerad nivå

Design och innovation **7.5 Högskolepoäng**

Design and Innovation in Context **7.5 ECTS credits**

Kurskod:	FE6601
Gäller från:	HT 2011
Fastställd:	2009-08-28
Ändrad:	2011-03-04
Institution	Företagsekonomiska institutionen
Ämne	Företagsekonomi

Beslut

Kursplanen är fastställd av masterutbildningsnämnden vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet 2009-08-28, reviderad 2011-03-04.

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

120 högskolepoäng. Engelska B.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
6601	Design och innovation	7.5

Kursens innehåll

Kursen består av följande examinationsmoment:

- Design och innovation 7,5 hp, provkod 6601

Syftet med kursen är att bekanta studenterna med den "designrevolution" som för närvarande pågår på marknaden, sett i företag allt från hemelektronik-konglomerat till färska nyetableringar. Kursen kommer att ge en översikt av designdrivna företag och fördjupa elevernas förståelse av vad strategisk, användardriven design handlar om.
Dessutom kommer den att ge studenterna verktyg för att sammanfoga varumärkesstrategi och marknadsföring med design och produktutveckling. Dessa verktyg är av avgörande betydelse på marknaden idag och kommer att bli ännu större inom den närmaste framtiden då fusion av branding, design och innovation fortsätter att täcka större delar av ekonomin.
Dessutom kommer kursen att inriktas på följande områden:
- Design – utöver modeordet: vad är det och vad är det inte?
- Grunderna i design management och branding
- Den designdrivna världen – hur hamnade vi här?
- Sammanslagningen av funktioner – branding, design, innovation, produktutveckling
- Att arbeta med varumärkesdriven design strategiskt
- Att utvärdera ett företags design-och varumärkesarbete
- Pedagogiskt upplägg

Kursen kommer att blanda föreläsningar med debatter, diskussioner och seminarier med studenter såväl som med marknadsledare på området.

Förväntade studieresultat

Efter kursen ska studenterna kunna:
- Analysera och diskutera innovation och design i sin kontext
- Första och uppvisa kunskap om hur design kan skapa värde för företaget och för samhället i stort
- Argumentera för och använda grundläggande modeller för strategisk och användardriven designutveckling i innovationsprocesser
- Kommunicera grunderna i strategisk och användardriven design, varumärken och varumärkesarbete till såväl yrkesverksamma som till lekmän
- Identifiera användningsområden för design som ett strategiskt verktyg i produktutveckling, marknadskommunikation och företagstillväxt
- Uppvisa kunskap om utveckling och förvaltning av designorienterade företag.

Undervisning

Kursen består av
- Lektioner/ seminarier som ger en översikt av de frågeställningar kursen behandlar.

Undervisningens innehåll och uppläggning framgår av information som meddelas senast vid kursstart.

Undervisningsspråk för alla lärandeaktiviteter är engelska. Undervisning ges i mån av resurser.

Kunskapskontroll och examination

a) Examination:
Studenternas betyg kommer att grundas på tre faktorer:
- Grupprojekt
- Aktiv närvaro och deltagande i undervisningen och i gruppaktiviteter
- Skriftliga och muntliga uppgifter vid undervisningstillfällena (individuella och i grupp)

Närvaro är obligatorisk.

- Betygsättning i kursen anges enligt en målrelaterad betygsskala.
- A, B, C, D och E är godkända betyg. Fx samt F är underkända betyg.

b) Betygskriterier
- Betygskriterier fastställs av examinator och anges i skriftliga anvisningar som finns som tillhandahålls vid kursstart.

c) Kurskrav
För att erhålla slutbetyg på kursen krävs
- Lägst betyget E på samtliga i kursen ingående examinationsmoment.
- Närvaro och aktivt deltagande i kursens seminarier i enlighet med anvisningar som meddelas vid kursstart.

d) Övrigt
Studerande som godkänts i prov på kursen får inte genomgå förnyat prov för högre betyg.

Övergångsbestämmelser

När kursen inte längre ges, eller när kursinnehållet väsentligen ändrats, har studenten rätt att en gång per termin under de tre följande terminerna efter det att förändringen skett examineras enligt denna kursplan.

Begränsningar

Kursen får inte tillgodoräknas i examen vid Stockholms universitet samtidigt med annan, inom eller utom landet genomgången och godkänd kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs.

Övrigt

Kursen ges enbart inom Stockholm School of Entrepreneurship (SSES)

Kurslitteratur

Inför uppsatsen förväntas studenten läsa en av följande böcker (eller liknande), tre vetenskapliga artiklar och något inom ämnet från en annan källa som studenten själv väljer tex. TED talks, enkäter, tv serier osv.

Några förslag på böcker:
Benyus, Janine (2009) Biomimecry. Design Inspired by Nature.
Brown, Tim (2009) Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires

Innovation.
Drucker, Peter (2004) Innovation and Entrepreneurship.
Lockwood, Thomas (2009) Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value.
Martin, Roger (2009) The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage.
Schedroff, Nathan (2009) Design is the Problem: The Future of Design Must be Sustainable.
Thackara, John (2006) In the Bubble: Designing in a Complex World.