



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

1FE124 Design Management, 7,5 högskolepoäng

Design Management, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-04-01

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2015

Förkunskaper

Företagsekonomi 45 hp

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för innovation och designs roll i samhället
- beskriva och kritiskt granska hur verksamhet kan organiseras baserat på innovation och design management
- beskriva och kritiskt granska relationerna mellan innovation, design management och organisering
- beskriva design management som tillvägagångssätt för realiseringen av innovationer och produkter
- behärska och i praktiken kunna tillämpa tillvägagångssätt inom design management
- vidareutveckla verksamheters konkurrenskraft med hjälp av teorier och modeller hämtade från design management
- kritiskt diskutera design management i förhållande till olika etiska aspekter såsom genus och hållbarhet

Innehåll

Kursen består av:

- perspektiv på innovation och design management
- skapandet av innovativ miljö i ett företag
- design management som ett integrerande verktyg i företaget

- design och designtänkande som utgångspunkt för managementprocesser
- design och design management ur ett etiskt perspektiv

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar, seminarier och gruppuppgifter. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras genom skriftlig tentamen och paper.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 2011/160”.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review* June 2008. pp. 84-92.

Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*. Vol. 8, No. 2, pp. 5-21.

De Mozota, B.B. (2003). *Design management – Using design to build brand value and corporate innovation*. Allworth Press. New York. 281 sidor.

Dunne, D. & Martin, R. (2006). Design Thinking and How It Will Change Management Education – An Interview and Discussion. *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 5, No. 4, 512–523.

Phillips, P.L. (2004). *Creating the perfect design brief – How to manage design for strategic advantage*. Allworth Press. New York. 191 sidor.

Pine, J. & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy – Work Is Theatre & Every Business A Stage*. Harvard Business School Press. Boston. 253 sidor.