



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Ekonomihögskolan

2FE032 Development of Products, Services and Experiences, 7,5
högskolepoäng

Development of Products, Services and Experiences, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-17

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-60 hp där grundläggande marknadsföring, 7,5 ska ingå.

Förväntade studieresultat

ha breda kunskaper om

- innovation och design för att skapa kundvärde
- innovation, produktutveckling och design som differentiering
- intellektuella tillgångar och intellektuella rättigheter
- design som förverkligandet av innovationer och produkter
- organiserandet av innovativa aktiviteter och design inom företaget och i det utvidgade företaget (innovation och design i nätverk och virtuella företag)
- produktlivscykeln
- den möbiska ringen: skillnader mellan produkter, tjänster och upplevelser
- ”scripting” av tjänster
- ”storytelling” som ”scripting” av upplevelser

ha färdigheter i

- konceptualisering av en produkt eller tjänst
- affärsprocessledning av innovation, produktutveckling och produktrevidering
- organisering av kreativa och utvärderande work-shops
- målvinst, målkostnader

förstå

- hur innovation och design skapar värde
- hur innovation och design ger företaget konkurrenskraft
- innovation, produktutveckling och produktrevidering som ett medel för affärsutveckling (skapande av nya affärer)
- innovation, produktutveckling och produktrevidering som differentiering, byggandet av konkurrenskraft
- affärsprocesser för innovation, produktutveckling och produktrevidering

Innehåll

- Innovation och design som differentiering, byggande av konkurrenskraft
- Skillnader i beslutsprocessen för innovation, produktutveckling respektive produktrevidering
- Affärsprocesser för produktutveckling
- Kundens roll i produktutveckling
- Produktlivscykeln
- Innovation, produktutveckling och produktrevidering utöver företagets gränser
- ”Outsourcing” av produktutveckling; ”wintelism”
- Affärsprocessstyrning av produktutveckling
- Målvinst, profit, målkostnader
- Kontroll av kaos, kostnaden för produktutveckling, ”Tid-till-marknaden”
- Exploatering av produktutveckling: ”Peak”, ”Tid-till-peak”

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar, övningar, seminarier

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Skriftlig examination, paper

Omtentamen för studerande som ej nått godkänt resultat sker några veckor efter första tentamenstillfället. Minst 5 tentamenstillfällen ges.

Betygsättning sker med något av betygen Väl godkänd (80%-100%), Godkänd (60%-79%) eller Underkänd (0%-59%).

Student vid Linnéuniversitetet har rätt att få sitt betyg för kurs översatt till den sju-gradiga ECTS-skalan. För att få sitt betyg översatt ska studenten lämna en begäran om detta till läraren vid kursstart.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Trott, Paul, Innovation Management and New Product Development, 4/E Prentice Hall, 2008, ISBN-10: 0273713159, ISBN-13: 9780273713159, 616 sidor

Artiklar, 600 sidor