



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

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 2009-06-17

Senast reviderad 2014-11-27 av Ekonomihögskolan. Revision pga litteraturändring.
Kursplanen gäller från och med vårterminen 2015

Förkunskaper

Företagsekonomi 60 hp inklusive grundläggande marknadsföring 7,5 hp samt Engelska B/6 eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- identifiera produktutvecklingsstrategier
- beskriva verkställandeprocessen/styrprocessen för produktutveckling
- analysera innovation och produktutveckling till/för/med/av konsumenten

Innehåll

Kursen innehåller:

- från kundbehov till erbjudande
- från värdeanalys till konkurrensprofil (som kravställning för innovation och produktutveckling)
- analys och utnyttjande av företagets resurser för innovation och produktutveckling
- val och tolkning av kundinformation som grund för innovation och produktutveckling

Undervisningsformer

Problembaserat lärande, huvudsakligen genom arbete med papers under seminarier.

Aktivt deltagande krävs i seminarier där papers presenteras och diskuteras. Deltagande i, och förberedelser för, uppgifter och seminarier är obligatoriskt. Kurslitteraturen används under föreläsningar. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras genom skriftlig examination och paper.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr 2011/160”.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

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

Von Hippel, E. , (1988), *The Sources of Innovation*, Oxford University Press. Ca 220 sidor. (Gratis E-bok går att ladda ner via: <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>)

Vetenskapliga artiklar, ca 800 sidor.