



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora
Institutionen för design

4DI931 Förändring och innovation: beteendeinsikter, 15
högskolepoäng

Change and Innovation: Behavioural Insights, 15 credits

Huvudområde

Design

Ämnesgrupp

Design

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1F

Fastställande

Fastställd 2025-09-10.

Reviderad 2026-03-10. Förkunskapskravet är kompletterat med ämnen enligt GY25.

Kursplanen gäller från och med hösttermin 2026.

Förkunskaper

Minst 45 hp i design på avancerad nivå, eller motsvarande.

Du behöver också:

Godkänd portfolio samt Engelska 6

Eller:

Godkänd portfolio samt Engelska nivå 2

Eller:

motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- kritiskt förstå och förklara teorier om förändring,
- kritiskt förklara och jämföra centrala ramverk, teorier och modeller inom beteendeinsikter samt deras tillämpning i innovationsprocesser,
- visa förståelse för etiska, samhällsliga och systemiska konsekvenser av beteendeförändringsinsatser i olika innovationssammanhang.

Färdigheter och förmågor

- tillämpa beteendediagnostik för att identifiera hinder, möjliggörare och möjligheter för innovation,
- utforma, prototypa och testa innovativa lösningar med hjälp av Behavioural Design, Persuasive Technology och Nudging principer,
- planera och genomföra experimentella eller quasi-experimentella utvärderingar, med integration av både beteende- och innovationsmått,
- kommunicera designrationaler, utvärderingsresultat och etiska överväganden effektivt till olika målgrupper.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kritiskt bedöma potentiella fördelar, risker och oavsiktliga konsekvenser av insatser med beteendeinsikter i innovationsprojekt,
- integrera principer för hållbarhet, inkludering och rättvisa i beslut kring beteendedesign,
- reflektera över och utvärdera den egna professionella praktiken inom ramen för beteendeinnovation, med bibehållen etisk integritet.

Innehåll

Kursen undersöker hur beteendeinsikter kan integreras i innovationsprocesser för att utforma insatser som är effektiva, etiska och hållbara. Studenten lär sig att identifiera, förstå och påverka mänskligt beteende genom att kombinera teorier och ramverk från beteendevetenskap med praktiska designmetoder. Kursen omfattar ramverk för beteendeinsikter, Nudging, Persuasive Technology och deltagande designmetoder, tillämpade på både digitala och fysiska kontexter. Genom föreläsningar, workshops, fältexperiment och samarbete med verkliga eller simulerade aktörer utformar studenten, prototyper och utvärderar beteendeinsatser i verkliga miljöer.

Innehållet är indelat i två delar:

A: Beteendeinsikter och ramverk för innovation

- Översikt över ramverk, teorier om förändring och modeller.
- Beteendediagnostik: identifiera hinder och möjliggörare.
- Systemiska och etiska perspektiv på beteendeförändring.
- Internationella fallstudier från offentlig policy, hälsa, hållbarhet och tjänstedesign.

B: Beteendedesign, Nudging och Innovation Prototypning

- Tillämpning av beteendedesignprinciper på produkt-, tjänste- och/eller systeminnovation.
- Nudging och Persuasive Technology i fysiska och digitala kontexter.
- Prototypning och iterativ testning av beteendeinterventioner.
- Samskapande med aktörer och deltagardesignmetoder.

- Utvärderingsramverk som kombinerar beteendemått och innovationsresultat.

Undervisningsformer

Kursen kombinerar teori-baserade föreläsningar, litteraturseminarier, praktiska workshops, studiomoment och fältarbete. Studenten arbetar både individuellt och i multidisciplinära team, i samarbete med verkliga eller simulerade ”problemägare” (t.ex. företag, kommuner, ideella organisationer). Kollegial granskning och opponering ingår som en central del av lärprocessen.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E eller F.

Betyget A utgör högsta betyg, E lägsta godkända, F är underkänt. Bedömningskriterier för A–F meddelas i separat dokument vid kursstart.

Bedömningen sker genom:

- 30 % en skriftlig individuell analys av ett fall inom beteendeinsikter, inklusive teoretisk jämförelse och etisk reflektion,
- 40 % en grupprojektrapport, prototypdemonstration samt dokumentation av beteendediagnostik och interventionsdesign,
- 30 % en muntlig presentation med visuella hjälpmedel, kollegial granskning och en individuell reflekterande text om process och etiska överväganden.

För betyget E ska kursens mål vara uppnådda. För betyget A krävs att studenten uppnått betyget A på minst 70% av kursens uppgifter.

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Övrigt

Eventuella kostnader för material och utskrifter bekostas av studenten.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Behavioural Insights Team, 2014. *EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights*. Behavioural Insights Ltd., United Kingdom.

Fogg, Brian Jeffrey, 2009. "A behavior model for persuasive design." I: *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology (Persuasive '09)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, Article 40, 1–7.
<https://doi.org/10.1145/1541948.1541999>

Fogg, Brian Jeffrey, 2020. *Tiny Habits: The Small Changes That Change Everything*.

Houghton Mifflin Harcourt, Boston, MA, USA.

Grill, Kalle, 2014. "Expanding the Nudge: Designing Choice Contexts and Choice Contents." *Rationality, Markets and Morals* 5, 139–162. Umeå Universitet, Institutionen för Idé- och Samhällsstudier.

Michie, Susan, Atkins, Lou, and West, Robert, 2014. *The Behaviour Change Wheel: A Guide to Designing Interventions*. Silverback Publishing, London. Print ISBN 978-1-912141-00-5; E-book ISBN 978-1-912141-04-3; PDF ISBN 978-1-912141-08-1.

OECD, 2019. *Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights: The BASIC Toolkit*. OECD Publishing, Paris. Print ISBN 978-92-64-93555-6; Electronic ISBN 978-92-64-34794-6. <https://doi.org/10.1787/9ea76a8f-en>

Obligatorisk litteratur och ytterligare studiematerial

Ca. 350 sidor relevant litteratur väljs i samråd med kursansvarig.