



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

HÖGSKOLAN I HALMSTAD

Telefon 035-16 71 00 - www.hh.se
Sektionen för ekonomi och teknik

KURSPLAN

Sida 1 (3)
Kurskod: FÖ8019 / 2.1

Strategisk innovationsledning 7,5 hp

Strategic Innovation Management 7.5 credits

Avancerad nivå

Huvudområde: Företagsekonomi, avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (AIN)

Industriell organisation och ekonomi, avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

(AIN)

Kursplanen är fastställd av Forsknings- och utbildningsnämnden (2014-10-22) och gäller studenter antagna höstterminen 2014.

Kursens inplacering i utbildningssystemet

Kursen ingår i Magisterprogrammet Teknisk projektledning och affärsutveckling och Magisterprogrammet Strategisk ledning och Civilekonomprogrammet. Kursen ges som fristående kurs.

Behörighetskrav

Kandidatexamen inom ekonomi, teknik eller motsvarande. En B.

Kursens mål

Kursen skall ge studenten en övergripande kunskap om modeller och teorier för strategisk planering och strategisk ledning. Studenten skall introduceras till modeller för att analysera, utvärdera och förstå konsekvenserna av olika strategiska beslut. Målet med kursen är också att visa på betydelsen av att använda strategiska modeller och strategiskt tänkande. I kursen tränas också studenten genom olika case att förstå hur teknologistrategier ändrats över tiden i olika industriföretag (t.ex. Volvo och Sandvik).

Kursen är en del av programmets huvudområde och syftar till att introducera studenten till huvudområdet.

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- Förklara och exemplifiera modeller och teorier för strategisk planering och strategisk ledning.
- Beskriva hur synen på strategi har utvecklats över tiden.

Färdighet och förmåga

- Tillämpa modeller för att analysera en bransch, en värdekedja samt ett företags kärnkompetenser och värdeskapande aktiviteter.
- Tillämpa modeller och teorier för att analysera och utvärdera strategiska val, med utgångspunkt från olika typer av verksamhetsmål.

- Använda modeller och teorier i ett verkligt företag, samt planera och genomföra en empirisk studie i ett verkligt företag.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Jämföra och utvärdera olika perspektiv på strategiskt beslutsfattande.

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen utgör ett stadium av vetenskapliga klassiker inom områdena strategisk analys på branschnivå och företagsnivå. Kursen går igenom klassiker inom fältet strategisk innovationsledning. Följande moment behandlas i kursen:

Strategisk branschanalys

Genomgång av modeller för analys av företagets omvärld och dess relationer till existerande och potentiella konkurrenter, leverantörer, kunder och andra kritiska grupperingar. Genomgång av modeller för att analysera möjliga strategival beroende på förhållanden inom branschen och i omvärlden.

Företagsanalys och strategiformulering

Analys av företagets kärnkompetens och värdeskapande aktiviteter, samt hur styrkor och svagheter påverkar företagets konkurrensförmåga och den långsiktiga tillväxtpotentialen. Modeller för att analysera nätverksbyggande, allianser, och strategisk outsourcing. Hur strategiska handlingsplaner utformas och hur strategiarbetet kan följas upp med balanced scorecards eller scenarioanalys.

Strategiforskningens klassiker

En genomgång av de klassiska arbetena inom strategiområdet och analys av hur studiet av strategibegreppet har utvecklats över tiden.

Projektarbete

Studenterna skall diskutera och tillämpa det teoretiska ramverket genom att planera och genomföra en undersökning av ett verkligt industriföretag. Aspekter som strategiska beslut skall analyseras med hjälp av modeller som har studerats i kursen.

Undervisning

Undervisningen inkluderar föreläsningar, seminarier, och case studier. Casestudierna presenteras i skrivna rapporter och vid muntliga presentationer vid seminarier.

Undervisningen innebär också ett projektarbete i grupp med handledning, där studenterna presenterar en skriftlig rapport och en muntlig presentation där de också skall förbereda en opposition på ett annat arbete.

Undervisningen kan komma att bedrivas på engelska.

Examination

Som betyg för hel kurs används något av uttrycken Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Krav för att bli examinerad på kursen:

Seminarier och muntliga presentationer av case studierna är obligatoriska delar av examinationen. Som betyg används något av uttrycken underkänd, godkänd, eller väl godkänd. Skriftlig tentamen. Som betyg används något av uttrycken underkänd, godkänd, eller väl godkänd.

Kursvärdering

I kursen ingår kursvärdering. Denna ska vara vägledande för utveckling och planering av kursen. Kursvärderingen ska dokumenteras och redovisas för studenterna.

Kurslitteratur

(Reviderad 2014-09-14)

Porter, M.E.(1980)

"Competitive Strategy – Techniques for Analyzing Industries and Competitors", New York, The Free Press.

Referenslitteratur

Michael E. Porter (2008) The Five Competitive Forces That Shape Strategy, Harvard Business Review

Artikelkompendium:

A. Företagsanalys och strategiformulering:

1. David, FR (1993): "Strategic Management", 4th ed, Macmillan. New York, Chap. 1-2.
2. Prahalad, C.K. & Hamel, G. (1990): "The Core Competence of the Corporation", Harvard Business Review (HBR), May-June, pp. 79-91.
3. Quinn, B & Hilmer, F. (1994): "Strategic Outsourcing", Sloan Management Review, Summer, pp. 43-55.
4. Porter, M.E. & Millar, V. (1985): "How Information Gives You Competitive Advantage", HBR, July-Aug. pp. 149-160.
5. Rockhart, J.F. & Morton, S. (1984): "Implications of changes in Information Technology for Corporate Strategy", Interfaces, Vol. 13:1, pp. 84-95.
6. Porter, ME (1987): "The State of Strategic Thinking", The Economist, May 23
7. Porter, ME (1985): "The Value Chain and Competitive Advantage", Chap. 2i: Porter: Competitive Advantage, New York: The Free Press.
8. Porter, ME (1985): "The Value Chain and Competitive Advantage", Chap. 3 and 4i: Porter: Competitive Advantage, New York: The Free Press.
9. Porter, ME (1985): "The Value Chain and Competitive Advantage", Chap. 5i: Porter: Competitive Advantage, New York: The Free Press.

B. Nationella och Internationella nätverk:

1. Porter, M.E. (1990): "The Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review (HBR), March-April, pp73-93.
2. Håkansson, H. (ed) (1985): "Industrial Technological development: A Network Approach", Croom Helm, London, Chap. 1, 3 and 6.
3. Dahmén, E. (1988): "Development Blocks in Industrial Success", The Scandinavian Economic History Review, Vol. 36, pp. 3-14.
4. Rosenberg, N. (1986): "The Impact of Technological Innovation: A Historical review" in Landau, R. and Rosenberg, N. (eds.), "The Positive Sum Strategy", National Academy Press, Washington DC.
5. Chandler, A.D. (1990): "The Enduring Logic of Industrial Success", HBR, March-April, pp.130-140.
6. Taylor, W. (1991): "The Logic of Global Business – An Interview with Percy Barnevik", HBR, March-April, pp.91-105.
7. Cauley de la Sierra, M. (1995): "Managing Global Alliances", Addison-Wesley Publishers, Wokingham, pp. 3-40.

8. Rothwell, R. (1991): "External Networking and Innovation in Small and Medium-sized Manufacturing Firms in Europe", *Technovation*, Vol. 11:2, pp. 93-112.