



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

HÖGSKOLAN I HALMSTAD

Telefon 035-16 71 00 - www.hh.se

Sektionen för ekonomi och teknik

KURSPLAN

Sida 1 (2)

Kurskod: IG8002 / I

Produktutveckling och innovationsledning 7,5 hp

Product Development and Innovation Management 7.5 credits

Avancerad nivå

Huvudområde: Industriell organisation och ekonomi, avancerad nivå, har kurs/er på avancerad nivå som förkunskapskrav (A1F)

Kursplanen är fastställd av Forsknings- och utbildningsnämnden (2014-10-17) och gäller studenter antagna höstterminen 2014.

Kursens inplacering i utbildningssystemet

Kursen ingår i magisterprogrammet: Teknisk projektledning och affärsutveckling samt Civilekonomprogrammet

Behörighetskrav

Kandidatexamen inom teknik samt Strategisk innovationsledning 7,5 hp.

Kursens mål

Kursen åsyftar ge studerande kunskap om management av teknologi och innovation, produktutveckling, samt kunskap om management av teknologi och innovation inom ett vidare strategiskt perspektiv, och genom detta integrera ekonomiska/organisatoriska aspekter med teknik.

Kursen indelas i två huvudsakliga delar:

1) en konceptuell del som bidrar till en teoretisk förståelse för val av management approach ur ett ingenjörsperspektiv, samt

2) en mer tillämpad del där dessa kunskaper omsätts under omständigheter under vilka studenter får tillämpa olika metoder för analys, formulering och implementering av strategier för att managera och utveckla teknologisk innovation. I detta syfte så introduceras olika teknikutvecklingsverktyg som studenterna får tillämpa, t.ex. applikationer eller 3d modeller på en hög abstraktionsnivå (s.k. Rapid application development (RAD)) som stöd för att förstå hur leda tidiga faser i produktutvecklingsprocessen).

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- Redogöra översiktligt för centrala begrepp inom teknologisk innovationsteori
- Förklara varför teknologiska innovationsprocesser och strategier skiljer sig åt mellan företag och inom det enskilda företaget
- Redogöra för rollen av teknologisk innovation för framgångsrika företag

Färdighet och förmåga

- Utvärdera teknisk genomförbarhet samt potential i nya möjliga teknologier till ett företags förfogande
- Formulera och utvärdera strategier för teknologisk innovation

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Värdera olika analysnivåer gällande management av teknologisk innovation; från nyproduktutveckling till tekniska innovationers strategiska betydelse.

Kursens huvudsakliga innehåll

Kursen innehåller följande områden:

- Grundläggande modeller för teknologisk produktutveckling, dvs. vad bör utvecklas, när och hur? Följande perspektiv på teknisk produktutveckling behandlas: processperspektivet samt olika typer av teknologiska produktinnovationer. I området ingår även utveckling och framtagning av prototyper med aktuella teknikutvecklingsverktyg (e.x. CAD, rapid prototyping etc.).
- Organisering av FoU arbete och FoU strategi. Innefattande: organisering av FoU grupper, teknologiska produktportföljer, samt utvärdering av FoU resultat.
- Management av teknologisk innovation som en värdeskapande aktivitet för företaget. Innefattar olika strategier för att realisera värde, både ekonomiskt men även andra typer av värde, ur innovationsaktiviteter.
- Strategiskt management i relation till teknologisk innovation. Innefattar: hur innovationsaktiviteter kan stötta företagets strategiska mål, analysering och utvärdering av företagets strategiska position, hur man sår resurser och capabilities nödvändiga för innovativ verksamhet, samt en översikt över olika typer av innovationsstrategier.
- Teoretiska perspektiv på strategisk analys

Undervisning

Undervisningen består av hemuppgifter inför möte i klassrum, gruppdiskussioner, seminarium, övningar och handledning i form av analys och praktisk problemlösning av case, samt grupprevisningar.

Viss del av undervisningen kommer även ske online i form av föreläsningar.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examination

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

Det slutgiltiga betyget är en sammanvägning baserat på

följande:

Gruppinsats (gruppen röstar): 15%

Case: 25%

Aktivt deltagande i seminarier: 20%

Individuell uppgift 1: 15%

Individuell uppgift 2: 25%

Kursvärdering

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

Kurslitteratur

Dodgson, M., Gann, D. M., & Salter, A. (2008).
The management of technological innovation: strategy and practice.
Oxford University Press.

Artiklar

Garud, R., & Rappa, M. A. (1994).
A socio-cognitive model of technology evolution: The case of cochlear implants.
Organization Science, 5(3), 344-362.

Tidd, J. (2001). Innovation management in context: environment, organization and performance.
International Journal of Management Reviews, 3(3), 169-183.

Li, H., & Atuahene-Gima, K. (2001). Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China.
Academy of Management Journal, 44(6), 1123-1134.

Adams, R., Bessant, J., & Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review.
International Journal of Management Reviews, 8(1), 21-47.

Chesbrough, H., & Rosenbloom, R. S. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. Industrial and corporate change, 11(3), 529-555.

Under undervisningen kommer även fler artiklar agera som stöd. Dessa delas ut vid kurstillfället.