

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Medieproduktion og ledelse
Fagbeskrivelse
Foråret 2016

Innovation og entreprenørskab

6. semester

Varighed: 30. januar 2017 – 22. marts 2017 (15 ETCS)

Formål:

Faget Innovation og entreprenørskab har til formål at undervise studerende i teorier med henblik på at forstå og anvende disse til empiriske analyser af organisationers interne og eksterne forhold for strategisk produkt-, service- samt konceptudvikling samt at analysere de særlige forhold som knytter sig til opstart af virksomheder og entreprenørskab. Redskaber: Forelæsninger, casearbejde samt feltarbejde.

Metoder:

Undervisningen foregår som et samspil mellem forelæsninger, case - arbejde og diskussioner i plenum. I løbet af undervisningsforløbet deltager eksterne oplægsholdere/ lærerkræfter. Der forventes aktiv deltagelse fra de studerende og undervisningen vil tage udgangspunkt i at litteratur er læst før de enkelte forelæsninger.

Læringsmål:

De studerende skal ved forløbets afslutning kunne:

- Forstå og anvende teorier til empiriske analyser af organisationers interne og eksterne forhold for strategisk produkt-, service- samt konceptudvikling.
- Forstå og anvende teorier til empiriske analyser af de særlige forhold som knytter sig til opstart af virksomheder og entreprenørskab.
- Forstå og anvende analyser af individet i organisationen (motivation) samt kompetencebehov i forbindelse med produkt-, proces-, service- og konceptudvikling.
- Forstå og anvende teorier om projektledelse i forbindelse med innovationsprojekter, herunder økonomi, beslutningsteori, kommunikationsteori, struktur- og kulturanalyse.

Litteratur og links, der er obligatorisk læsning:

En formel for Innovation (pdf)

Lotte Darsø, ph.d., Børsen Ledelseshåndbøger, (2003): "En formel for innovation?"

- kapitel på 12 sider om bl. a. projekt og projekt. De første syv er pensum - resten er til inspiration

Whats Makes Entrepreneurs Entrepreneurial (pdf)

Saras D. Sarasvathy, artiklen ligger frit på <http://www.effectuation.org>, udgivet 2001.

- hvad er det næste, bedste skridt, vi kan tage? Indføring i at tænke anderledes, når man skal udvikle nyt

"Spørg hvorfor"

- af Ida Borch og Louise Harder Fischer, Teknisk Forlag, 2012.

Praktisk og konkret indføring i arbejdet med at forstå din målgruppe.

Mauricio Vianna et al, Design thinking: Business innovation (e-bog/pdf), Rio de Janeiro, MJV Press, 2012.

- e-bog, som du får gratis som pdf, hvis du fortæller om det på et socialt medie. Hjemmesiden kan i øvrigt buges til inspiration - video og læsning

Klik på <http://www.designthinkingbook.co.uk/>-linket for at åbne materialet.

Betabox er skabt af cand. merc. Jesper Poulsen. Her finder I en god og overskuelig gennemgang af forskellige modeller og teorier, der kan hjælpe jer med at analysere marked, organisation, mm. I de fleste tilfælde vil de korte gennemgange ikke være tilstrækkelig til jeres endelige analyser, men de er gode til at hjælpe med at finde den model/teori, der passer jer, som I så kan gå videre med og finde mere litteratur på efterfølgende.

Klik på <http://betabox.dk/>-linket for at åbne materialet.

Det kvalitative Interview og lidt om kondensering (pdf)

Markedspositioner (pdf)

Gerry Johnson, Kevan Scholes, Richard Whittington, Exploring Corporate Strategy.
FT Prentice Hall 2006. 7.th Enhanced Media Edition (uddrag)

Empathy Map

Her link til en kort video-forklaring af Jeanel King. Den er på godt seks minutter. Nogle mener den er meget amerikansk, og at det er generende - hovedsagen er at den giver en meget god og hurtig forklaring.

Klik på <http://jeannelking.com/how-to-use-an-empathy-map-to-understand-your-target-market/>-linket for at åbne materialet.

Empathy map (pdf)

- fire sider fra Business Model Generation af Alexander Osterwalder og Yves Pigneur, Wiley&Sons, 2010

Møde- og deltagelsespligt

Der er møde- og deltagelsespligt til alle skemalagte timer. Den studerende skal desuden have deltaget i gruppearbejdet og været tilstede ved alle vejledning for at kunne gå til eksamen.

Prøveform

Den studerende skal bestå den afsluttende opgave, som er udarbejdelsen af en skriftlig gruppe rapport, som forsvares ved en individuel mundtlig eksamen, der varer 20 minutter inkl. Votering. Den skriftlige rapport og det individuelle forsvar danner grundlag for karakteren, som bedømmes efter 7-trinsskalaen ved ekstern censur.

Studieaktivitetsmodel

