

Godkendt HBW d. 14.1.24

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Kommunikationsuddannelsen

Fagbeskrivelse

Forår 2024

Entreprenørskab og forretningsforståelse

4. semester

Varighed: 6 uger / 10 ECTS

Formål: De studerende indføres i centrale teorier og metoder inden for entreprenørskab, innovation og forretningsforståelse. Formålet er at give de studerende viden og færdigheder, der gør dem i stand til at identificere, kvalificere og handle på nye muligheder for konkret værdiskabelse af forskellig karakter. De studerende øves i at kunne forholde sig analytisk, strategisk og kritisk til eksisterende forretningsmodeller og værditilbud samt koble dette til det kommunikationsfaglige felt, så de som kommunikatører bliver i stand til at bidrage til udviklingen af nye, eller introducere forandringer til, eksisterende forretningsmodeller. Endvidere får de studerende direkte erfaringer med at organisere og gennemføre forskellige typer af entreprenørskabs- og innovationsprocesser på et vist kompleksitetsniveau, herunder at vurdere og prioritere ressourcer, metoder og indsigter som er relevante for processens fremdrift og resultat. Formålet er at udvikle de studerendes kompetencer i forhold til at kunne håndtere og indgå konstruktivt i udviklings- og innovationsprocesser, der er præget af høj kompleksitet eller usikkerhed.

18.11.2024

Side 1 / 4

Pædagogisk og didaktisk tilgang: Organiseringen af faget afspejler det tværfaglige krydsfelt, som entreprenørskabsfeltet er. Der gennemgås og anvendes en række forskelligartede teorier og metoder til at belyse innovations- og entreprenørskabsfeltet. Metodisk lægges der især vægt på etnografi, co-creation og metoder til organisering og afvikling af udviklingsprocesser.

Forløbet er bygget op om holdundervisning, som er fordelt på forelæsninger, øvelser og workshops, selvstudier og læsning af litteratur, løbende projektføreløb, præsentationer fra studerende, feedback fra medstuderende og vejledning med underviser.

Overordnet er faget bygget op omkring en række såkaldte sprints, hvor de studerende præsenteres for konkrete tilgange til værdiskabelse, og tilhørende teori og metoder. Dernæst afprøver de studerende i grupper den konkrete tilgang og løser en konkret problemstilling af innovativ eller entreprenant karakter. Sideløbende introduceres en række overordnede grundteorier og metoder, som effectuation, forretningsmodeller, value proposition, således at de studerende gradvist opbygger kendskab til og erfaring med de mange niveauer, muligheder og overvejelser som entreprenante processer indebærer.

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Grundbegreber inden for innovations- og entreprenørskabsfeltet.
- Værdibegrebet og forskellige typer af værdi og værdiskabelse (eksempelvis økonomisk, miljømæssig, social og kulturel værdi).

- Eksterne forhold (eksempelvis kulturelle, sociale, teknologiske og økonomiske) som påvirker organisationers arbejde med forandringer
- Forretningsmodellers definition og anvendelse.
- Kommunikatørens rolle og muligheder i værdiskabelser og udvikling af forretningsmodeller

De studerende skal opnå færdigheder i at:

- Kunne organisere og udføre innovations- og entreprenørskabsprocesser af en vis kompleksitet.
- Anvende relevante metoder til at udforske hvilken omverden og fremtid en organisation skal fungere i, som afsæt for at indkredse, hvilke forandringer og værdiskabelser der er relevante.
- Arbejde systematisk og udforskende med mennesker (brugere/kunder/borgere etc.) med det formål at kvalificere og højne potentielle løsningsværdi.
- Inddrage strategiske partnerskaber i værdiskabelsesprocessen.
- Anvende forretningsmodeller som analyseværktøj og til udvikling og formidling af en værdiskabelse.
- Vurdere værdiskabelsens tyngde ud fra forskellige kriterier.
- Udarbejde og gennemføre en pitch som led i en legitimering af værdiskabelse.

De studerende skal opnå kompetencer i at:

- Arbejde systematisk og iterativt med udviklingen af værditilbud.
- Organisere, udføre og evaluere innovations- og entreprenørskabsprocesser, med særlig vægt på de indledende faser.
- Reflektere over egen faglighed og egne handlinger i forbindelse med en entreprenørskabsproces og perspektivere i forhold til egne entreprenørielle kompetencer.

18.11.2024

Side 2 / 4

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

Mac, A. & Madsen, S. (2017). Forandringsforståelse - balance mellem proces og resultat, Samfundslitteratur.

Litteratur - udleveres:

Bonchek, M (2016). Why the problem with learning is unlearning, I Harvard Business Review, <https://hbr.org/2016/11/why-the-problem-with-learning-is-unlearning>

Christensen, C. (2013). *The Innovator's Dilemma - When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business Review Press, s. 18- Christensen,

Christensen, C. (2016): *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. Kapitel 1 og 5, harvard business publishing

Dragt, E. (2020). How to research trends, kap 2, s. 35-56

Elkington, J. (2004) Enter the Triple Bottom Line, tilgængelig via <http://www.johnelkington.com/archive/TBL-elkington-chapter.pdf>

Haug, A. (2017). *Fremtiden tilhører de frygtløse - en guide til digital forretningsudvikling*, Jurist og Økonomiforbundets forlag, s. 14-43.

Jacobides, M. G. (2019) In the Ecosystem Economy, What's Your Strategy? I Harvard Business Review, 97 (5). pp. 128-137.

Knapp (2016): Sprint. Remix & improve & Lightning Demos, s. 95-103

McDougall, Z. & Fels, S. (2010). Cultural probes in the design of communication. Proceedings of the 28th ACM International Conference on Design of Communication, s. 57-64.

Mukhopadhyay, B. and Mukhopadhyay, B.K. (2020). The Triple Bottom Line, The Sentinel.

Nielsen & Bager (2018). Hvad er entreprenørskab? i *Entreprenørskab i teori og praksis, paradokser i spil*, kap. 1, s. 30-47.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2015). *Business model generation: en håndbog for nytænkere, banebrydere og rebeller*. Kbh.: Gyldendal Business.

Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design - How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons, s. 13-43.

Ofek, E. & Wathieu, L. (2010). Are You Ignoring Trends That Could Shake Up Your Business? Harvard Business Review, <https://hbr.org/2010/07/are-you-ignoring-trends-that-could-shake-up-your-business>

Pine, J. and Gilmore, J. (2019): *The Experience Economy - Competing for Customer Time, Attention, and Money*, kapitel 1, s. 5-39. Harvard Business Review Pres.

Porter & Kramer (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review

Ries, E. (2011). *The lean startup, how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses* (1. ed.). New York: Crown Business, s. 15-24 & 92-113

Sanders, L. B. (2014). Co-designing can seed the landscape for radical and sustainable change, i Christensen, P. & Junginger, S. (red.) *The highways and byways to radical innovation - design perspectives*, 131-153.

Sanders, E. & Stappers, P. (2008). *Co-creation and the new landscapes of design*, CoDesign, 4:1, 5-18.

Sarasvathy, S. (2001). *Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*, i The Academy of Management Review, 26(2): 234.

Sarasvathy, S. (2005). What makes entrepreneurs entrepreneurial?

Staunstrup, E., Lütken Hertel-Storm, P. & Vestergaard Olsen, N. (2021). Organisation, Kap. 2. Forretningsforståelse og værdiskabelse, 32-48.

Tomitsch et al. (2020). Design, Think...Repeat - udvalgte sider...

Pisano, G. (2019). The Hard Truth About Innovative Cultures, Harvard Business Review, <https://hbr.org/2019/01/the-hard-truth-about-innovative-cultures>

18.11.2024

Side 3 / 4

Eksamensforudsætninger

Opfyldelse af eksamensforudsætninger er et krav for, at den studerende kan deltage i fagets eksamen. Eksamensforudsætninger kan være mødepligt, deltagelsespligt, gruppearbejde, opgaver, fremlæggelser, præsentationer etc. Manglende opfyldelse af eksamensforudsætning medfører, at den studerende har brugt et prøveforsøg.

Mødepligt: Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer

Deltagelsespligt:

Opgaver: Den studerende skal aflevere de obligatoriske afleveringsopgaver, der stilles i forløbet. Alle opgaver skal være afleveret rettidigt og godkendt.

Gruppearbejde: Den studerende skal deltage i de udstukne gruppearbejder.

Afhjælpningsmuligheder: Muligheden for afhjælpning gælder kun ved lovligt fravær.

Erstatningsopgaver: Skemalagt undervisning kan erstattes med en eller flere skriftlige opgaver, hvis underviseren skønner det nødvendigt. Det beror i hvert enkelt tilfælde på en konkret vurdering. Har den studerendes fravær til de skemalagte undervisningstimer et omfang på mere end 30 %, skal forløbet tages om.

Eksamen:

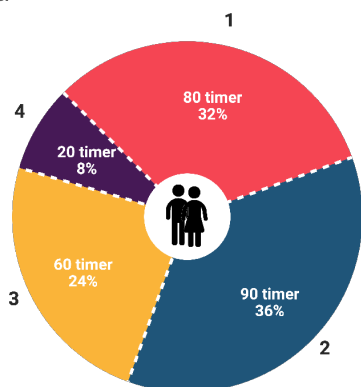
Forløbet bedømmes ved en skriftlig gruppeopgave efter 7-trinsskalaen, med intern bedømmelse. Eksamensgrupperne er de samme som forløbets studiegrupper. De studerende bedømmes individuelt, og det skal derfor fremgå tydeligt af opgavens tekst, hvilke studerende der har været ansvarlige for hvert enkelt afsnit. Opgaven består af to dele: en skriftlig rapport og et dokumentationsprodukt.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Entrepenørskab og forretningsforståelse

250 timer i alt
10 ECTS points
6 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Holdundervisning, faglige oplæg, hold- eller gruppedialog og refleksion, feedback, vejledning, eksamen

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Læse litteratur, gruppearbejder (herunder fælles læsning, opgaver, delprojekter, observations- eller simulationsveier og workshops), asynkrone e-lærings elementer (eks. optaget video)

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Selvstudium og forberedelse (eks. læsning af valgfri litteratur eller øvrig dygtiggørelse initieret af den studerende selv), individuelle refleksionsopgaver og peer-samtaler.

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Præsentationer

18.11.2024

Side 4 / 4