

Godkendt HBW d. 22.08.22

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Kommunikationsuddannelsen

Fagbeskrivelse

Efterår 2022

Entreprenørskab og forretningsforståelse

4. semester

Varighed: 10 ECTS

Formål: De studerende indføres i centrale begreber, metoder og sammenhænge inden for entreprenørskab, innovation og forretningsforståelse. Formålet er at give de studerende viden og færdigheder, der gør dem i stand til at skabe, 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 i ny eller eksisterende organisering.

16.11.2023

Side 1 / 5

Pædagogisk og didaktisk tilgang: Organiseringen af faget afspejler det tværviden-skabelige krydsfelt, som entreprenørskabsfeltet er en del af. Der gennemgås og anvendes en række forskelligartede teorier, tilgange og metoder til at belyse feltets undersøgelsesobjekter, begreber og sammenhænge. Overordnet anvendes teori inden for 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 projektførelser, præsentationer fra studerende, feedback fra medstuderende og vejledning med underviser eller eksterne aktører.

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, og intraprenørskab, 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 i et

individ, organisations- og samfundsperspektiv.

- Værdibegrebet og forskellige typer af værdi og værdiskabelse (eksempelvis økonomisk, miljømæssig, social og kulturel værdi).
- Forskellige veje til forretningsudvikling og værdiskabelse – og disses forretnings, organiserings- og processuelle forudsætninger og muligheder.
- Interne og eksterne kulturelle, sociale og økonomiske forhold som gør sig gældende i et innovations og -forretningsudviklingsperspektiv.
- Forretningsmodellers definition og anvendelse.

De studerende skal opnå færdigheder i at:

- Udforske og (re-)definere et problem eller fænomen med det formål at skabe afsæt for en entreprenørskabsproces og mulighed for en konkret værdiskabelse.
- Anvende relevante metoder og modeller til at organisere innovations- og entreprenørskabsprocesser af en vis kompleksitet
- Arbejde systematisk med at udforske og anvende indsigter om mennesker (brugere/kunder/borgere etc.) som udgangspunkt for arbejdet med kvalificeringen af værditilbud.
- Anvende forretningsmodeller både som analyseværktøj og som værktøj til udvikling af muligheder for værdiskabelse.

De studerende skal opnå kompetencer i at:

- Håndtere og indgå konstruktivt i situationer og sammenhænge i forbindelse med start af udviklingsprocesser, der er præget af høj kompleksitet eller usikkerhed
- Samarbejde i et team om at organisere, udføre og evaluere innovations- og entreprenante processer, med særlig vægt på de indledende faser.
- Anvende forskellige interessentinddragende metoder med det formål at kvalificere og højne potentielle løsnings værdi.
- Arbejde systematisk og iterativt med udviklingen af værditilbud.
- Reflektere over egne og andres handlinger i forbindelse med en entreprenørskabsproces og perspektivere i forhold til egne entreprenørielle kompetencer og læring.

16.11.2023

Side 2 / 5

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

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

Litteratur - udleveres:

Bager, T., Andersen, L. L., & Hulgård, L. (2009). Socialt entreprenørskab - en indledning, i L. Lundgaard Andersen, T. Bager, & L. Hulgård (red.), *Socialt entreprenørskab* (s. 7-18). Syddansk Universitetsforlag.

Bechmann, S. (2010). *Servicedesign*, Academica, s. 17-37.

Christensen, R., Nielsen, S. L., Storgaard, M. & Korsgaard, S. (2020). Co-creation management: En forudsætning for kollaborativ innovation, i *Kollaborativ forretningsudvikling*. Korsgaard, S., Storgaard, M. & Vagn Freytag, P. (red.). Kolding: Syddansk Universitetsforlag, s. 85-90.

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.
- Hougaard, S. (2004). *Forretningsidéen – om iværksættelsens tidligste faser*, Samfundslitteratur, s. 123-139 & 149-163.
- Krämer, A. & Kalka, R (2016). How Digital Disruption Changes Pricing Strategies and Price Models, i Khare, A., Stewart, B. & Schatz, R. (red.), *Phantom Ex Machina Digital Disruption's Role in Business Model Transformation*. Springer.
- Michlewski, K. (2016). *Playfully bringing things to life*, i Design Attitude. New York: Routledge, s. 103-117.
- Mukhopadhyay, B. and Mukhopadhyay, B.K. (2020). The Triple Bottom Line, The Sentinel.
- Nielsen, S. L. & B. Gartner, W., (2017). *Am I a student and/or entrepreneur? Multiple identities in student entrepreneurship*, i Education + Training. 59 (2), s. 135-154.
- Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design - How to Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons, s. 13-43.
- 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.
- 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, E. (2002). From User-Centered to Participatory Design Approaches, i Frascara, J. (red.): *Design and the Social Sciences*, Taylor & Francis Books Limited, London, s. 1-8.
- 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.
- Svendsen, S., Steen Olsen, S. & Mac, A. 2017). *Fremtidsorienteret forandringsteori - scenarier og mulighedsrum*, i Mac, A. & Madsen, S. (red.). *Forandringsforståelse - balance mellem proces og resultat*, kap.4, s. 65-78, Samfundslitteratur.

Litteratur - frit tilgængelig:

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

16.11.2023

Side 3 / 5

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.

16.11.2023

Side 4 / 5

Eksamen:

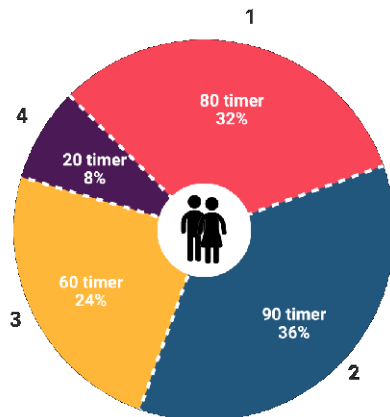
Forløbet bedømmes ved en skriftlig gruppeopgave efter 7-trinsskalaen, med intern bedømmelse. Eksamensgrupperne er de samme som forløbets studiegrupper. De studerende bedømmes individuelt, og det skal derfor fremgå tydeligt af opgavens tekst, hvilke studerende der har været ansvarlige for hvert enkelt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

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Entreprenørskab og forretningsforståelse

250 timer i alt
10 ECTS points
6 uger



Kategori 1

Underviserne 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

Underviserne 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 simulationsøvelser og workshops), asynkrone lærings elementer (eks. optaget video)

Kategori 3

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

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

Kategori 4

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

Præsentationer

16.11.2023

Side 5 / 5