

Godkendt HBW 18.01.2022
Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Forår 2022
Entreprenørskab og forretningsforståelse
4. semester

Varighed: 10 ECTS

Formål: De studerende indføres i centrale begreber og sammenhænge inden for entreprenørskab/intraprenørskab og forretningsudvikling. Formålet er at give de studerende viden og færdigheder, der gør dem i stand til at skabe, identificere og handle på nye muligheder og idéer samt koble disse til det kommunikationsfaglige felt. De studerende skal blive i stand til at anvende metoder til at vurdere, kvalificere og generere muligheder med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturelt og socialt). De studerende øves i at kunne forholde sig analytisk, strategisk og kritisk til eksisterende og nye forretningsmodeller, så de bliver i stand til at bidrage til udviklingen af nye eller introducere forandringer i eksisterende forretningsmodeller. Endvidere skal de studerende kunne organisere og gennemføre de indledende faser af en innovations- og entreprenørskabsproces på et vist kompleksitetsniveau samt vurdere og prioritere ressourcer, metoder og viden, som er relevante for processens fremdrift og resultat. Formålet er at udvikle de studerendes kompetencer i forhold til at kunne håndtere forretningsudvikling og implementering af innovationer i en ny eller eksisterende organisering - herunder hvordan strategi og forretningsudvikling bliver realiseret gennem et dynamisk samspil mellem intenderede planer, skiftende omstændigheder og ny viden.

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 indenfor innovations- og entreprenørskabsfeltet, designtænkning, forretningsudvikling og økonomi. Metodisk lægges der især vægt på etnografi, co-design og lean-tilgange til forretningsskabelse og -udvikling.

Forløbet er bygget op om holdundervisning, som er fordelt på forelæsninger, gæsteoplæg og case-studier, øvelser og workshops, selvstudier og læsning af litteratur, præsentationer fra studerende, feedback fra medstuderende og vejledning med underviser eller eksterne aktører.

Overordnet består faget af to dele: I første del veksles der hovedsageligt mellem oplæg, opgaver, fremlæggelser og refleksion med fokus på analyse og forståelse af eksisterende forretningsstrategier og -modeller, forretningsmæssige betingelser og problemstillinger og entreprenørielle tilgange til forretningsudvikling. Den anden del er hovedsageligt organiseret omkring et projektforsløb, hvor de studerende tilrettelægger og udfører deres egen innovations- og entreprenørskabsproces med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturel og social).

Læringsmål:

De studerende skal opnå viden om:

- Forstå og kunne reflektere over grundbegreber inden for innovations- og entreprenørskabsfeltet, herunder entreprenørskabs- og innovationsbegrebets udvikling og definition.
- Kunne relatere og perspektivere innovations- og entreprenørskabsbegrebets betydning i et samfunds- og virksomhedsperspektiv samt i et individuelt perspektiv.
- Kende til centrale præmisser og afgørende forskelle mellem intraprenørskab (realisering af muligheder internt i eksisterende organisation) og entreprenørskab (realisering i ny organisation).
- Have viden om relevante aspekter af virksomheders interne og eksterne forhold som gør sig gældende i et forretningsudviklingsperspektiv.

De studerende skal opnå færdigheder i:

- Kunne identificere og skabe sammenhænge mellem entreprenørskab/intraprenørskab, forretningsforståelse og kommunikation.
- Udforske en problemstilling og skabe afsæt for en entreprenørskabs- eller intraprenørskabsproces og potentiel værdiskabelse i samspil med relevante aktører, interessenter og brugere.
- Kunne anvende metoder til at vurdere, kvalificere og generere muligheder ud fra relevante kriterier med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturel og social).
- Kunne anvende forretningsmodeller både som analyseværktøj og som værktøj til systematisk udforskning af muligheder og værdiskabelse.
- Kunne arbejde systematisk og iterativt med udviklingen af værditilbud.
- Kunne vurdere og anvende relevante metoder og modeller til at organisere de indledende faser af en innovations- og entreprenørskabsproces samt vurdere processens fremdrift og resultat.
- Udvikle og anvende mock-ups, simple prototyper eller pretotypes i udviklingen og kvalificeringen af en konkret værdiskabelse.

16.11.2023

Side 2 / 5

De studerende skal opnå kompetencer indenfor det at:

- Kunne vurdere, gennemføre og indarbejde feedback fra forskellige bruger- og interessentinddragende metoder med det formål at fremme potentielle løsningers relevans og værdi.
- Kunne indgå konstruktivt i agile og iterative processer – herunder agere konstruktivt i sammenhænge, der er præget af usikkerhed eller høj kompleksitet.
- Kunne samarbejde i et team om at planlægge og udføre aktiviteter i de indledende faser af en entreprenørskabs- eller intraprenørskabsproces.
- Kunne reflektere over egne og andres handlinger i forbindelse med en entreprenørskabs- eller intraprenørskabsproces og perspektivere i forhold til egne entreprenørielle kompetencer.

Læremidler:

Læremidler og litteratur - skal anskaffes:

Nielsen, S., Klyver, K., Evald, M. & Bager, T. (2018). *Entreprenørskab i teori og praksis - paradokser i spil*, 2. udgave. Syddansk Universitetsforlag.

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.
- Bason, C. (2016). *Form fremtiden – designledelse som innovationsværktøj*, Gyldendal Business, s. 76-106.
- 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-
- Frølich, H. et al. (2018). *Virksomhedsøkonomi*. Forlaget Systime, s. 5-35.
- 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.
- Michlewski, K. (2016). *Playfully bringing things to life*, i Design Attitude. New York: Routledge, s. 103-117.
- 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.
- 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
- Rohde, L. & Boelsmand, J. (2019). *Innovative studerende*, Akademisk Forlag, s. 158-182.
- 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. & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future, i *Entrepreneurship Theory and Practice*, 113-135.
- 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.
- Sørensen, K. & Davidsen, H. (2017). *A Holistic Design Perspective on Entrepreneurship Education*, i Universal Journal of Educational Research, 5(10), 1818-1826.
- Taneja, H. & Maney, K. (2018). *Unscaled: How AI and a New Generation of Upstarts Are Creating the Economy of the Future*. PublicAffairs, s. 3-33.

Frit tilgængelig:

16.11.2023

Side 3 / 5

Børsen (2016). *Nye forretningsmodeller - værdiskabelse under forandring*. Tilgængelig online: <http://ledelse.borsen.dk/artikel/1/326504/nye-forretningsmodeller-vaerdiskabelse-under-forandring.html>

Djøfbladet (2019). *Bye-bye, buzzword: Disruption er fortid*. Tilgængelig online: <https://www.djoefbladet.dk/artikler/2019/10/farvel-til-disruption.aspx>

FFE (2020). *Gender Issues with entrepreneurship*, tilgængelig online: <https://www.ffe-ye.dk/media/791782/viden-om-entreprenoerskab-og-koen-forskningen.pdf>

Harvard Business Review (2013). *Why the lean startup changes everything*. Tilgængelig online: <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>

Innovationlab (2020). *Veje til at kurere din organisations nulfejlssyndrom*, tilgængelig online: <https://innovationlab.dk/blog/6-veje-til-at-kurere-din-organisations-nulfejlssyndrom/>

The Economist (2015). *Reinventing the company - entrepreneurs are redesigning the basic building block of capitalism*. Tilgængelig online: <https://www.economist.com/leaders/2015/10/24/reinventing-the-company>

Mødepligt/deltagelsespligt: Der er mødepligt til al skemalagt undervisning (fremgår på itsLearning). Der er deltagelsespligt i øvelser og workshops, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform: Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende projektopgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Det afsluttende projekt udarbejdes i grupper a 3-4 (maksimalt 5 studerende).

16.11.2023

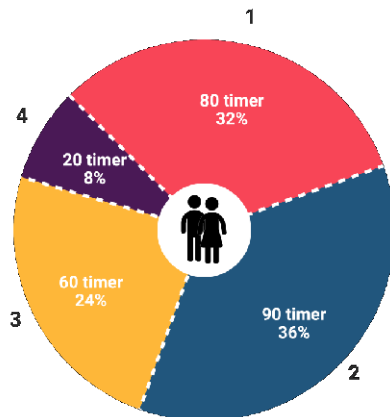
Side 4 / 5

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