

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efteråret 2020
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.

07.08.2020

Side 1 / 2

Redskaber: Organiseringen af faget afspejler det tværvidenskabelige 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 og forretningsudvikling og forretningsøkonomi. Metodisk lægges der især vægt på etnografi, co-design og lean-tilgange til forretningskabelse og -udvikling.

Egenskaber: Faget skal kvalificere de studerendes evne til at kunne vurdere, kvalificere og generere entreprenørielle muligheder, både i forhold til at forstå og introducere forandringer i eksisterende forretningsmodeller og organisation (intraprenørskab) samt identificere, skabe og handle på muligheder i en ny organisation (entreprenørskab). Endeligt skal forløbet motivere de studerende til at tænke og arbejde entreprenant/intraprenant, herunder kunne iværksætte, håndtere og deltage i værdiskabende processer og agere konstruktivt i omskiftelige processer og kontekster.

Metoder: 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 efter forløbet:

Viden

- 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.
- Have overblik over forskellige faser og aktiviteter i entreprenørskabs- og intraprenørskabsprocesser og kunne reflektere over problemstillinger knyttet til spændingsfeltet mellem agile procestilgange og mere traditionelle udviklings- og projekttilgange i entreprenante processer.
- Reflektere over forskelligartede perspektiver og operationaliseringer af bruger- og kundebegrebet inden for innovations- og entreprenørskabsteori – fra målgruppeanalyse til brugerdriven innovation.

07.08.2020

Side 2 / 2

Færdigheder

- 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 pretotyper i udviklingen og kvalificeringen af en konkret værdiskabelse.

Kompetencer

- 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 risikoprægede valg og beslutninger.
- 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.

Pensumliste:

Ressourcer som købes af den studerende:

Nielsen, S., Klyver, K., Evald, M. & Bager, T. (2018). *Entrepenørskab 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.

Ressourcer som gøres tilgængelig via itsLearning:

(Bemærk: Tekster, der er gøres tilgængelig, må ikke videredistribueres. Ifølge skolens aftale med CopyDan om digital kopiering, må højst 30 sider pr. udgivelse gøres tilgængelig.)

Bager, T., Andersen, L. L., & Hulgård, L. (2009). Socialt entrepenørskab - en indledning, i L. Lundgaard Andersen, T. Bager, & L. Hulgård (red.), *Socialt entrepenørskab* (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.

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

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. 18-42.

Dansk Erhverv (2018). *Hvorfor vil danskerne ikke være iværksættere?* Tilgængelig online: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/media/foilder/dokumenter/01-analyser/analysenotater-2018/analysenotat---hvorfors-vil-danskerne-ikke-vare-ivarksatere.pdf>

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

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.

07.08.2020

Side 3 / 2

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

Hougaard, S. (2004). *Forretningsidéen – om iværksættelsens tidligste faser*, Samfundslitteratur, s. 123-139 & 149-163.

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

Mandag Morgen (2010). *Velfærdens iværksættere*, tilgængelig online: https://www.mm.dk/pdf/Velfærdens-iværksættere_Share.pdf

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 (Tilgængelig på Moodle).

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 (Tilgængelig på Moodle).

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.

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 af undervisningsplan). Der er deltagelsespligt i øvelser og workshops, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform:

07.08.2020

Side 4 / 2

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).

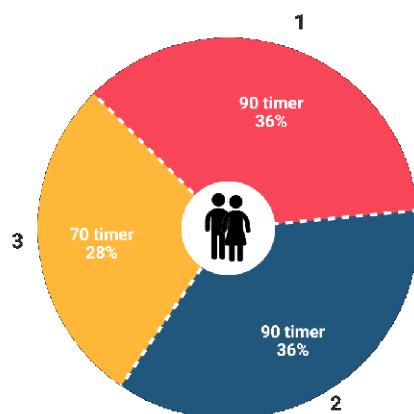
Studieaktivitetsmodel

En vejledende fordeling af undervisningstid på holdet, egne studier, samt evt. yderligere opgaver i forløbet er illustreret herunder.

Studieaktivitetsmodellen

Entreprenørskab og forretningsforståelse

250 timer i alt
10 ECTS points
6 uger



DMJX
Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Kategori 1

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

Holdundervisning, forelæsninger, streaming af undervisning, hold- eller gruppediskussioner og studenteroplæg. Herunder også feedback.

Kategori 2

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

Gruppenbaseret. Herunder fælles læsning, opgaver, delprojekter, observations- eller simulationsøvelser og workshops. Derudover asynkrone 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 pensum).

Kategori 4

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

07.08.2020

Side 5 / 2