

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen

Fagbeskrivelse
Forår 2020, 4. semester

Entreprenørskab og forretningsforståelse

Varighed: 6 uger, 10 ECTS
Underviser: Sigurd Trolle Gronemann

Formål

De studerende indføres i centrale præmisser for entreprenørskab/intraprenørskab, forretningsudvikling og værdiskabelse. 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 generere, kvalificere og vurdere muligheder ud fra relevante kriterier med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturelt, socialt) i nye eller skiftende kontekster. Hertil skal de studerende kunne anvende relevante metoder og teori til at 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. De studerende introduceres til forretningsøkonomisk teori og metode, så de får basale færdigheder i at forstå, analysere og kritisk vurdere forretningsøkonomiske problemstillinger, forretningsmodeller, forretningsplaner, budgetter og regnskaber. Endeligt skal forløbet kvalificere og motivere de studerende til at tænke og arbejde entreprenant, herunder kunne iværksætte og deltage i værdiskabende processer og agere konstruktivt i agile og risikoprægede sammenhænge.

Metoder

Forløbet er bygget op om holdundervisning, som er fordelt på forelæsninger, gæsteoplæg, øvelser, workshops, præsentationer, feedback fra medstuderende og vejledning med underviser eller eksterne aktører. En væsentlig del af forløbet er organiseret omkring gruppearbejde, hvor de studerende tilrettelægger og udfører deres egen innovations- og entreprenørskabsproces med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturel social). Gruppearbejdet inkluderer en række obligatoriske delafleveringer og skaber grundlaget for den endelige eksamensaflevering og eksamination.

Læringsmål

De studerende skal efter forløbet:

Viden

- Forstå og reflektere over grundbegreber inden for innovations- og entreprenørskabsfeltet, herunder entreprenørskabs- og innovationsbegrebets udvikling og definition.
- Relatere og perspektivere innovations- og entreprenørskabsbegrebernes 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 og kritisk kunne forholde sig til forretningsøkonomiske problemstillinger, eksisterende forretningsmodeller, forretningsplaner, budgetter og regnskaber.
- Have overblik over forskellige faser og aktiviteter i entreprenørskabs- og

intraprenørskabsprocesser samt 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 brugerdreven innovation.

Færdigheder

- 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.
- Anvende metoder til at generere, kvalificere og vurdere muligheder ud fra relevante kriterier med henblik på en konkret værdiskabelse (økonomisk, kulturel, social).
- Anvende forretningsmodellen både som analyseværktøj og som værktøj til systematisk udforskning af muligheder og værdiskabelse.
- 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.

Kompetencer

- Vurdere, gennemføre og inkorporere feedback fra forskellige bruger- og interessentinddragende metoder med det formål at fremme potentielle løsningers relevans og værdi.
- Indgå konstruktivt i agile og iterative processer – herunder agere konstruktivt i sammenhænge, der er præget af risikoprægede valg og beslutninger.
- Samarbejde i et team om at planlægge og udføre aktiviteter i de indledende faser af en entreprenørskabs- eller intraprenørskabsproces.
- Reflektere over egne og andres handlinger i forbindelse en entreprenørskabs- eller intraprenørskabsproces og perspektivere i forhold til egen entreprenørielle kompetence.

Pensum

Buchenau, M. & Suri, J. (2000) Experience Prototyping. DIS '00 Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods and techniques, s. 424-433 (*Tilgængelig på Moodle*).

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. (2012). *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.

Michlewski, K. (2016). Playfully bringing things to life, i *Design Attitude*. New York: Routledge, s. 103-117 (Uddraget er tilgængeligt på Moodle).

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 (Uddraget er tilgængeligt på Moodle).

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, E. & Stappers, P. (2008). Co-creation and the new landscapes of design (Tilgængelig på Moodle).

Sarasvathy, S. & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future. I *Entrepreneurship Theory and Practice*, 113-135 (Tilgængelig på Moodle).

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 (Tilgængelig på Moodle).

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).

Rohde, Lilian & Boelsmand, Jens (2019). Innovative studerende, s. 158-182. (Uddraget er tilgængeligt på Moodle).

Møde- og deltagelsespligt

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning – fremgår af program. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået med intern censur. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Eksamen har form af en afsluttende opgave, der udarbejdes i grupper af 4 (maksimalt 5 studerende). Opgaven skal afleveres skriftligt og bedømmes ved en 15 minutters præsentation med efterfølgende feedback.

