



GÖTEBORGS UNIVERSITET
KONSTNÄRLIGA FAKULTETSÄMNDEN

KDS772, Design, strategi och innovation, 7,5 högskolepoäng

Design, Strategy and Innovation, 7.5 higher education credits

Avancerad nivå/Second Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Konstnärliga fakultetsnämnden 2011-01-25 att gälla från och med 2010-11-17.

Utbildningsområde: Design 100%

<i>Huvudområde</i>	<i>Fördjupning</i>
Business och Design	Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Ansvarig institution: Högskolan för design och konsthantverk

2. Inplacering

Kursen ingår i Masterprogrammet Business & Design som obligatorisk kurs samt som som fristående kurs.

3. Förkunskapskrav

Student antagen till Masterprogrammet Business & Design är garanterad plats på kursen. För övriga sökande krävs akademisk grundexamen motsvarande 180 hp eller motsvarande kunskaper från utländsk utbildningsanstalt.

4. Innehåll

Syftet med kursen är att studenterna oavsett tidigare bakgrund ska ha

förståelse för vilka problem och möjligheter som uppstår i skärningspunkterna mellan design och strategi/innovation och på vilket sätt det kan utnyttjas i företagets värdeskapande. Kursen behandlar olika centrala aspekter på relationen mellan design och management/företagsekonomi.

Den omfattar följande tre teman:

- Design och strategi
- Design och innovation
- Servicedesign

Kursen innehåller följande (integrerade) delmoment:

A.) Uppstartskonferens. Varje tema inleds med en två eller tredagarskonferens där internationellt och nationellt ledande forskare och praktiker bidrar med sina perspektiv och erfarenheter.

B.) Litteraturstudier och sammanställning av litteraturPM.

Litteraturstudier och kritiska reflektioner med utgångspunkt från föreläsningar och seminarier sammanställs i forma av individuella litteraturPM. Inom temaområdena design och strategi samt design och innovation skall studenterna själva och i samråd med examinator göra en litteraturöversikt över forskningen inom temaområdet som helhet eller en egen vald frågeställning inom området. Studenterna gör själva förslag till litteraturlista omfattande 500-1000 sidor för varje tema.

Litteraturlistan godkänns av examinator.

Varje avsnitt avslutas med litteraturseminarier kring studenternas PM.

C.) Tillämpade studier av företag/organisationer på fältet. Med utgångspunkt från litteraturstudierna eller parallellt med dem - väljer studenterna ett företag eller annan organisation för att göra en analys och problematisering av företagets/organisationens situation mot bakgrund av någon/några av de teorier man läst. Studenterna ska kunna identifiera, problematisera och reflektera över skillnader mellan teori och praktik (vad litteraturen säger om ett område och vad

praktiker på fältet säger om samma område). Reflektionerna kan dokumenteras och redovisas i ord, bilder och/eller modeller, men ska ske så att studentgrupperna utnyttjar kunskaper inom såväl design som management.

D.) Utformning av ett tjänstedesignuppdrag

Med utgångspunkt från metoder och teorier om service design skall studenterna föreslå ett förändringsprojekt av en tjänst. Studenterna skall själva identifiera en tjänst, argumentera för och illustrera hur de skulle kunna öka tjänstens värde för användare och företag. Studenterna väljer själva hur arbetet presenteras.

5. Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten:

Kunskap och förståelse

- kunna redogöra för de huvudsakliga teorierna i skärningspunkten mellan design och strategi, design och innovation samt om servicedesign.
- kunna beskriva designers respektive ekonomers sätt att närma sig organisatoriska kontexter
- kunna redogöra för hur designmetoder kan utnyttjas för att påverka och förändra organisatoriska kontexter.

Färdighet och förmåga

- kunna analysera olika företag och organisationers strategi och vilka olika roller design kan spela i detta sammanhang
- kunna kritiskt och konstruktivt granska och analysera designens roll i olika företag och organisationer samt ledningens betydelse i sammanhanget
- kunna samla och kritiskt tolka information för genomförande av ett service designprojekt samt presentera det för såväl designer som icke-designer på ett tydligt och kommunikativt sätt.
- kunna analysera och kritisera texter om design och strategi,

design och innovation samt servicedesign.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- självständigt och kreativt kunna formulera nya frågor samt bidra till kunskapsutvecklingen inom design-management-området
- kunna identifiera sina egna behov av ytterligare kunskap och ta ansvar för sin egen kunskapsutveckling
- visa prov på sin förmåga till reflektion över eget och andras förhållningssätt till design, strategi och innovation.

7. Former för bedömning

Kursen examineras löpande vid schemalagda föreläsningar, seminarier och genomgångar samt genom inlämning av rapporter, genomförande av presentationer och tillämpningsövningar.

Student har rätt till byte av examinator, om det är praktiskt möjligt, efter att ha underkänts två gånger på samma examination. En sådan begäran ställs till institutionen och skall vara skriftlig.

8. Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd.

Betyg sätts av kursansvarig lärare i samråd med medverkande seminarie- och handledare. Studerande som underkänts två gånger har rätt att begära att annan lärare utses för att bestämma betyg.

9. Kursvärdering

Kursen utvärderas muntligt i grupp tillsammans med kursansvarig lärare samt individuellt och skriftligt efter avslutad kurs på GUL.

10. Övrigt

Undervisningsspråk: svenska och engelska.