



**Karolinska
Institutet**

Kursplan för

Design och innovation, 7.5 hp

Design and innovation in context, 7.5 credits

Denna kurs är nedlagd, för mer information se rubriken Övergångsbestämmelser i den sista versionen av kursplanen.

Kurskod	2XX047
Kursens benämning	Design och innovation
Hp	7.5 hp
Utbildningsform	Högskoleutbildning, 2007 års studieordning
Huvudområde	Bioentreprenörskap
Nivå	AV - Avancerad nivå
Betygsskala	Utmärkt, mycket bra, bra, tillfredsställande, tillräckligt, otillräcklig, helt otillräcklig
Kursansvarig institution	Institutionen för lärande, informatik, management och etik
Beslutande organ	Styrelsen för utbildning
Datum för fastställande	2010-06-18
Reviderad av	Utbildningsnämnden LIME
Senast reviderad	2020-10-20
Kursplanen gäller från	Höstterminen 2010

Särskild behörighet

Minst 120 högskolepoäng.

Mål

Efter kursen ska studenterna kunna:

- Analysera och diskutera innovation och design i sin kontext
- Förstå och uppvisa kunskap om hur design kan skapa värde för företaget och för samhället i stort
- Argumentera för och använda grundläggande modeller för strategisk och användardriven designutveckling i innovationsprocesser
- Kommunicera grunderna i strategisk och användardriven design, varumärken och varumärkesarbete till såväl yrkesverksamma som till lekmän
- Identifiera användningsområden för design som ett strategiskt verktyg i produktutveckling, marknadskommunikation och företagstillväxt
- Uppvisa kunskap om utveckling och förvaltning av designorienterade företag.

Innehåll

Syftet med kursen är att bekanta studenterna med den "designrevolution" som för närvarande pågår på marknaden. Kursen kommer att ge en översikt av designdrivna företag och fördjupa elevernas förståelse av vad strategisk, användardriven design handlar om.

Dessutom kommer den att ge studenterna verktyg för att sammanfoga varumärkesstrategi och marknadsföring med design och produktutveckling. Dessa verktyg är av avgörande betydelse på marknaden idag och kommer att bli ännu större inom den närmaste framtiden då fusion av branding, design och innovation fortsätter att täcka större delar av ekonomin.

Dessutom kommer kursen att inriktas på följande områden:

- Design - utöver modeordet: vad är det och vad är det inte?
- Grunderna i design management och branding
- Den designdrivna världen - hur hamnade vi här?
- Sammanslagningen av funktioner - branding, design, innovation, produktutveckling
- Att arbeta med varumärkesdriven design strategiskt
- Att utvärdera ett företags design-och varumärkesarbete

Arbetsformer

Kursen kommer att blanda föreläsningar med debatter, diskussioner och seminarier med studenter såväl som med marknadsledare på området. Workshops och seminarier är obligatoriska samt även vissa föreläsningar. Vid frånvaro kontakta kursledningen för ev. ersättningsuppgift. Obligatoriska delar framgår av schemat.

Examination

Studenternas betyg kommer att grundas på tre faktorer:

- Grupprojekt
- Aktiv närvaro och deltagande i undervisningen och i gruppaktiviteter
- Skriftliga och muntliga uppgifter vid undervisningstillfällena (individuella och i grupp)

Student som ej är godkänd efter ordinarie provtillfälle har rätt att delta vid ytterligare fem provtillfällen. Om studenten genomfört sex underkända tentamina/prov ges inte något ytterligare tentamens/provtillfälle. Som provtillfälle räknas de gånger studenten deltagit i ett och samma prov. Inlämning av blank skrivning räknas som provtillfälle. Provtillfälle till vilket studenten anmält sig men inte deltagit räknas inte som provtillfälle.

Övergångsbestämmelser

Kursen är nedlagd.

Övriga föreskrifter

Kursspråk är engelska.

Kursen erbjuds inom ramverket för Stockholm School of Entrepreneurship (SSES).

Ansvarig institution: Konstfack

Litteratur och övriga läromedel

Kurskompendium med relevanta artiklar kommer delas ut innan kursstart. // Course compendium with relevant articles to be distributed before the start of the course.