

BUSN31, Business Administration: From Consumer Insight to Innovation, 5 högskolepoäng

Business Administration: From Consumer Insight to Innovation, 5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Studierektor vid Företagsekonomiska institutionen 2016-03-03 att gälla från och med 2016-03-03, höstterminen 2016.

Allmänna uppgifter

BUSN31 är en kurs i företagsekonomi som ges på avancerad nivå.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Företagsekonomi

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan redogöra för och förklara centrala modeller inom konsumentstudier och innovation
- Kan redogöra för de olika problem och utmaningar som finns inom konsumentstudier samt hur dessa är relaterade till innovation

Färdighet och förmåga

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan applicera relevanta teorier för att hantera praktiska problem inom konsumentstudier och innovation
- Förstår och kan förklara vilka grundläggande antaganden och perspektiv dessa teorier baseras på

- Har förmåga att kommunicera och diskutera på engelska i skrift och tal rörande kursens innehåll.
- Kan arbeta både individuellt och i grupp med studenter från olika kulturer för att lösa praktiska problem och genomföra arbetsuppgifter.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Kan välja och bedöma relevansen av olika teorier i relation till specifika praktiska problem och uppgifter

Kursens innehåll

Kursen behandlar ett område som är av växande betydelse för många företag, inte minst internationella- och globala organisationer, nämligen länken mellan konsumentstudier och innovation. Företags förmåga till innovation är avgörande för deras konkurrenskraft och detta gäller inte minst för de företag som verkar mot konsumentmarknader. I takt med att ökad internationalisering och sjunkande kundlojalitet leder till minskade marginaler så uppstår ett behov att öka marginalerna. Ett viktigt sätt att göra detta är genom att erbjuda nya produkter och tjänster – innovation. En viktig input i innovationsprocessen är studier av konsumenter och konsumentbeteende och då medialandskapet utvecklas och förändras så innebär det också att konsumentstudier innefattar mer än traditionell input från exempelvis konsumentenkäter etc. Ny media och nya metoder för insamling av konsumentdata har lett till att det idag finns fler sätt än tidigare för företag att skapa och få tillgång till relevant information om konsumenter. Dessa data kan sedan användas i innovationsprocessen. Syftet med denna kurs är att öka studenternas förmåga att generera insikter om konsumenters beteenden och önskemål samt en förståelse för hur detta kan användas i innovationsprocessen för att generera nya produkter, tjänster, affärsmodeller etc. Kursen behandlar:

- Organisationers innovationsprocesser
- Användandet av olika typer av inputs i innovationsprocessen
- Öppen innovation och konsumentdriven innovation
- Marknads- och innovationsdrivande/-drivna organisationer samt vilka krav detta ställer på organisationen
- Värdeinnovation
- Att förstå och använda kunskap om konsumenttrender i innovationsprocessen
- Metoder för konsumentstudier i innovationsarbetet
- Disruptiva innovationer – roll och betydelse av konsumentstudier

Kursens genomförande

Undervisningen sker primärt genom föreläsningar och gruppvis casediskussioner. Kursens struktur och underlaget för betygsättning kräver en kontinuerlig närvaro och löpande arbete med olika uppgifter på kursen.

Kursens examination

Bedömning av student sker löpande på basis av caseövningar, uppgifter och skriftlig examination. Studenter som inte uppnår tillräckliga poäng för att bli godkända på kursen som helhet får möjlighet att genomföra kompletterande uppgifter för att bli

godkända. I sådana fall har studenten enbart möjlighet att uppnå betyg godkänd eller underkänd.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Betyg (Benämning) Poäng alt. % av maxpoäng. Karakteristik.

A (Utmärkt) 85-100. Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) 75-84. Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) 65-74. Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) 55-64. Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräckligt) 50-54. Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

U (Otillräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala GU (godkänt/underkänt).

Om det i kursens examination ingår skriftlig salstentamen: En student som är underkänd efter två tentamenstillfällen på den skriftliga salstentamen har möjlighet att begära kompletteringsuppgift. Betyg på denna kompletteringsuppgift är U eller E. Denna komplettering ska göras senast terminen efter den termin som studenten var registrerad på kursen.

Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas gentemot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat. Vid bevisat fusk kan påföljden bli avstängning från studier vid Lunds universitet under en viss tid.

Förkunskapskrav

Studenter som är antagna till magisterprogram som ges av Företagsekonomiska institutionen där denna kurs är obligatorisk eller valbar, är kvalificerade för kursen. För andra studenter krävs 60 HP i företagsekonomi i vilka en grundkurs i Företagsekonomi ska inkluderas, t.ex. FEKA90 Företagsekonomi en introduktion eller motsvarande.

Övrigt

Vid nedläggning av kursen: Vid nedläggning av kursen kommer, inom tre terminer efter kursens nedläggning, att erbjudas tre extra tillfällen för examination av respektive examinationsmoment i kursen till studenter med ett icke godkänt resultat. Observera att efter detta kan du få intyg bara på de examinationsmoment som du är klar med.

Prov/moment för kursen BUSN31, Business Administration: From Consumer Insight to Innovation

Gäller från H16

- 1602 Written exam, 2,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1603 Case examination, 2,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd

Gäller från H11

- 1101 From Consumer Insight to Innovation, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A