

EMNEBESKRIVELSE

KBI3100 Kunnskapsbasert innovasjon

1. Studium/studier	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling (KIF)
2. Studieår/semester	3. studieår/5.semester
3. Studiepoeng	15
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Arild Borg
5. Antall timer	75
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	<p>Mål med emnet er:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Gi studentene fordypning innen teorier om kunnskapsprosesser.2. Sette studentene i stand til å beherske ulike metoder og modeller som baserer seg på kunnskapsutvikling i innovasjonsarbeidet.3. Studentene skal etter endt studium ha en god forståelse av kunnskapsprosessers betydning for virksomhetens verdiskapning forretningsutvikling og innovasjonsevne.4. Studentenes evne til å se de praktiske konsekvensene av teori skal være modnet og forstått.
8. Innhold	<p>Emnet gir studentene fordypning innen kunnskapsprosesser i organisasjoner koplet mot innovasjon og entreprenørskap, Studentene får en god forståelse for teoriers forklaringsevne, samt en god innsikt i kunnskapsdynamikk.</p> <p>Emneoversikt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kunnskapsdrevet innovasjon• Ulike tilnæringsmåter til kunnskapsutvikling• Erfaringsoverføring i og mellom virksomheter – verdinettverk• Skapende arenaer – eks. Oasen ved NTNU og Future Center, Læringshagen hos Gjensidige – Hvordan skape de

	<p>nye arenaene for innovasjon og utvikling</p> <ul style="list-style-type: none">• Prime Movers som banebrytere som banebrytere i kunnskapsutvikling• Scenariolæring som kunnskapsdriver• Kunden som kunnskapsdriver• Teknologi som mulighet og hinder for verdiskaping
9. Gjennomføring	Prosjektbasert læring. Studentene skal bruke mesteparten av tiden på design, gjennomføring og presentasjon av konstruerte og reelle prosjekter. Undervisningen vil bli lagt opp i bolker.
10. Evaluering	Emnet avslutter med innlevering av en prosjektoppgave (2-3 studenter i hver gruppe) som teller 100 % av karakteren. Oppgaveteksten deles ut ved emnestart. En individuell skriftlig eksamen på tre timer som vurderes til bestått/ikke bestått. Bestått individuell eksamen er forutsetning for å få endelig karakter.
11. Pensumlitteratur	<p>Arbnor, Ingeman og Björn Bjerke. 2009. <i>Methodology for creating business knowledge</i>. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage. ISBN: 9781847870599 (433 s) Pris: 635,-</p> <p>Christensen, Clayton M. 2003. <i>The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail</i>. Rev. ed, <i>The Management of innovation and change series</i>. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. ISBN: 9780060521998 (252 s) Pris: 170,-</p> <p>Harrison, Rosemary og J. W. M. Kessels. 2004. <i>Human resource development in a knowledge economy: an organisational view</i>. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN: 0-333-99015-3 (301 s) Pris: 369,-</p> <p>Hermansen, Frede og Per Espen Stoknes. 2004. <i>Lær av fremtiden</i>. Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN: 82-05-33086-7 (224 s) Pris: 319,-</p> <p>Krogh, Georg von, Kazuo Ichijo og Ikujiro Nonaka. 2001. <i>Slik skapes kunnskap: hvordan frigjøre taus kunnskap og inspirere til nytenkning i organisasjoner</i>. Oslo: NKS forlag. ISBN: 82-508-2115-7 (317 s) Pris: 499,-</p>
12. Anbefalt litteratur	Arbnor, Ingeman. 2006. <i>Koenigsegg: entreprenørskap i verdensklasse: om entreprenørskap som företagande</i>

<p><i>konstart</i>. Malmö: Liber. ISBN: 978-91-47-08609-2</p> <p>Berger, Peter L. og Thomas Luckmann. 2000. <i>Den samfunnsskapte virkelighet</i>. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 978-82-7674-539-9</p> <p>Branson, Richard. 1998. <i>Losing my virginity: the autobiography</i>. London: Virgin. ISBN: 1-85227-684-3</p> <p>Corbin, Juliet M. og Anselm L. Strauss. 2008. <i>Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory</i>. 3rd ed. Thousand Oaks .: Sage. ISBN: 978-1-4129-0644-9</p> <p>Evans, Philip og Thomas S. Wurster. 2000. <i>Blown to bits: how the new economics of information transforms strategy</i>. Boston : Harvard Business School Press. ISBN: 0-87584-877-x</p> <p>Harris, Jim. 2002. <i>Blindsided: how to spot the next breakthrough that will change your business forever</i>. Oxford: Capstone. ISBN: 9781841122427</p> <p>Kim, W. Chan og Renée Mauborgne. 2005. <i>Blue ocean strategy: de nye vinnerstrategiene</i>. [Oslo]: Damm. ISBN: 82-04-11158-4</p> <p>Morgan, Gareth. 1993. <i>Imaginization: the art of creative management</i>. Newbury Park : Sage. ISBN: 0-8039-5299-6</p> <p>Nonaka, Ikujiro og Hirotaka Takeuchi. 1995. <i>The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation</i>. New York: Oxford University Press. ISBN: 0-19-509269-4</p> <p>Normann, Richard. 2001. <i>Reframing business: when the map changes the landscape</i>. Chichester: Wiley. ISBN: 978-0-471-48557-5</p> <p>Ramírez, Rafael og Johan Wallin. 2000. <i>Prime movers: define your business or have someone define it against you</i>. Chichester: Wiley. ISBN: 0-471-89944-5</p> <p>Rifkin, Jeremy. 2000. <i>The age of access: the new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience</i>. New York: Tarcher/Putnam. ISBN: 1-58542-018-2</p>
--