



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. Læringsmål	<p><u>Kunnskapsmål:</u></p> <p>Emnet skal gi studentene en fordypning innen teorier om kunnskapsprosesser og hvordan dette brukes innen innovasjon. Studentene skal tilegne seg kunnskaper om hvordan man innhenter, deler og skaper kunnskap. De skal ha kunnskaper om ulike metodetilnæringer og metodesyn, samt hvordan dette påvirker innhenting, deling og utvikling av kunnskap. Studentene skal etter endt studium ha en god forståelse av kunnskapsprosessers betydning for virksomhetens verdiskapning forretningsutvikling og innovasjonsevne.</p> <p><u>Ferdighetsmål:</u></p> <p>Studentene skal beherske ulike metoder og verktøy for å innhente utvikle og skape kunnskap, og hvordan dette kan utnyttes til innovasjon og utvikling. De skal beherske metoder og verktøy innen fasilitering av prosesser og strukturering av slike kunnskapsutviklingsprosesser og prosjekter. Studentenes evne til å se de praktiske konsekvensene av teori skal være modnet og forstått.</p> <p><u>Holdningsmål:</u></p> <p>Studentene skal ha en kritisk holdning til ulike metodiske tilnæringsmåter, og se konsekvenser, sammenhenger og bidrag</p>

	<p>relatert til dette. De skal utvikle en holdning der de stiller spørsmål ved ting vi tar for gitt, og forstå dette ut fra perspektivet at det meste rundt oss er sosiale konstruksjoner. De skal også utvikle holdninger til å se mennesker som fantastiske ressurser, og at deres evne til å bidra enten er tilstede eller ligger der latent. Deres holdning i denne sammenheng er grunnleggende for de tilnæringsmåter vi bruker i kurset. De skal også utvikle en mulighetsorientert holdning, der det meste sees på som mulig, men at man samtidig evner å skille mellom realiseringsmuligheter og utopier, selv om utopier oftest er basert på tidspunkt og ståsted i historien. Derfor er også utopien en mulighet.</p>
8. Innhold	<p>Emnet gir studentene fordypning innen kunnskapsprosesser i organisasjoner koplet mot innovasjon og entreprenørskap, Studentene får en god forståelse for teoriens forklaringssevne, 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 nye arenaene for innovasjon og utvikling• Prime Movers som banebrytere som banebrytere i kunnskapsutvikling• Scenariolæring som kunnskapsdriver• Kunden som kunnskapsdriver• Teknologi som mulighet og hinder for verdiskaping
9. Gjennomføring	<p>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 og vil ha preg</p>

	av workshops.
10. Evaluering	<p>Emnet avslutter med innlevering av en prosjektoppgave (2-3 studenter i hver gruppe) som teller 100 % av karakteren.</p> <p>Oppgaveteksten deles ut ved emnestart. Det skal gjøres to presentasjoner fra arbeidet med oppgaven, slik at alle får del i læringen. En viktig del av evalueringen bygger på hvordan man bidrar til kunnskapsdeling og felles læring.</p> <p>En individuell skriftlig eksamen på tre timer som vurderes til bestått/ikke bestått.</p> <p>Bestått individuell eksamen er forutsetning for å få endelig karakter.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Arbnor, Ingeman og Björn Bjerke. 2009. <i>Methodology for creating business knowledge</i>, 3rd ed. Thousand Oaks, Calif. : Sage. ISBN: 978-1-84787-059-9 (433 s) Pris: 420,-</p> <p>Hermansen, Frede og Per Espen Stoknes (red). 2004. <i>Lær av fremtiden</i>. Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN: 978-82-05-33086-3 (224 s) Pris: 329,-</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> <p>Straus, David. 2002. <i>How to make collaboration work : powerful ways to build consensus, solve problems, and make decisions</i>. San Francisco : Berrett-Koehler Publishers. ISBN: 978-1-57675-128-2 (247 s) Pris: 135,-</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Arbnor, Ingeman. 2006. <i>Koenigsegg : entreprenørskap i världsklass : om entreprenørskap som företagande konst</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. 2009. <i>Losing my virginity : the autobiography</i>. London : Virgin. ISBN: 978-0753519554.</p> <p>Corbin, Juliet M. og Anselm L. Strauss. 2008. <i>Basics of qualitative research : techniques and procedures for</i></p>

	<p><i>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: 1-84112-242-4.</p> <p>Kim, W. Chan og Renée Mauborgne. 2010. <i>Blue ocean strategy : de nye vinnerstrategiene</i>, 2. utg. [Oslo] : Cappelen Damm. ISBN: 978-82-02-32193-2.</p> <p>Morgan, Gareth. 1993. <i>Imaginization : the art of creative management</i>. Newbury Park, Calif. : 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>
--	---