

## **KURSBESKRIVELSE FOR**

### **FORRETNINGSUTVIKLING OG INNOVASJON II**

1. Studium:	Bachelor i kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Kurs:	Forretningsutvikling og innovasjon II
3. Semester:	Vår, 1. studieår
4. Studiepoeng:	15
5. Kursansvarlig:	Professor Jon-Arild Johannessen
6. Antall timer undervisning:	75
7. Nødvendige forkunnskaper:	Gjennomgått forretningsutvikling og innovasjon I
8. Fagbeskrivelse:	Kurset gir studentene kunnskap om hvordan bygger opp og utvikler ulike forretningskonsepter. Studentene blir gjort kjent med teorier, modeller og verktøy, for å analysere, designe og konkretisere både strukturer og innhold i ulike typer forretningskonsepter.
9. Mål:	Målet med kurset er at studentene skal lære forretningsutvikling både teoretisk, konseptuelt og praktisk.
10. Emneoversikt:	Helhetsperspektiv på forretningsutvikling og forretningskonsepter, systemisk innovasjon Utviklingsprosessen fra idé til praktisk virkelighet Teknologi som muliggjør Ledelsesverktøy i kunnskapsøkonomien
11. 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.
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	Kurset avslutter med innlevering av en prosjektoppgave som teller 60 % av karakteren, og en individuell eksamen som teller 40% av karakteren.
13. Obligatorisk litteratur med	Normann, R. (2001) <i>Reframing Business : when the</i>



<p>antall sider og pris per bok/hefte:</p>	<p><i>map changes the landscape</i>. Chichester, GB: Johan Wiley &amp; Sons Ltd., 336 sider, pris kr. 280. ISBN 0-471-48557-8</p> <p>Prahalad, C.K. and Ramaswamy, Venkat (2004) <i>The Future of Competition – Co-Creating Unique Value with Customers</i>. Boston: Harvard Business School Press, XIII, 257 sider, pris kr. 290. ISBN 1-57851-953-5</p> <p>Johannessen, Jon-Arild, Johan Olaisen, Bjørn Olsen (2008) <i>Positivt lederskap</i> Fagbokforlaget. 250 sider, pris kr. 250.</p> <p>Gratton, L. (2007). <i>Hot spots : why some companies buzz with energy and innovation – and others don't</i>, Prentice Hall, (London) Harlow. XIV, 213 s. ISBN 978-0-273-71146-9</p> <p><u>Artikkelsamling:</u></p> <p><b>FORHANDLINGER</b></p> <p>Syntese av:</p> <p>Bazerman &amp; Neale (1992) "Negotiating Rationally", Free Press.</p> <p>Bazerman, M.H. (1994) <i>Judgement in Managerial Decision Making</i>, John Wiley.</p> <p>Cialdini, R.B. (1993) "Influence: Science and Practice", Harper Collins.</p> <p>Turner, J.C (1993). <i>Social Influence</i>, Open University Press, Milton Keynes.</p> <p><b>INFORMATION, INNOVATION AND ORGANISATIONAL LEARNING</b></p> <p>Johannessen, J-A., Professor, Ph.D., Bodø Graduate School of Business, 8002 Bodø, Norway.</p>
--	--



	<p>Hauan, A., Assistant Professor, Bodø Graduate School of Business.</p> <p><b>STRATEGIC MISMANAGEMENT OF KNOWLEDGE:</b> Knowledge management, the danger of information and communication technology, and what to do about it. Professor, Ph.D., Jon-Arild Johannessen Bodø Graduate School of Business, Lillehammer College and Agder Research Foundation, Norway. Associate Professor, Ph.D., Bjørn Olsen, Bodø Graduate School of Business, Norway. Professor, Ph.D., Johan Olaisen Norwegian School of Management, Norway.</p>
14. Anbefalt litteratur:	<p>Morgan, Gareth. (1993) <i>Imaginization, The Art of Creative Management</i>. Newbury Park, CA: Sage Publication, (350) XXXI, 347 sider, pris kr. 300. ISBN 0-8039-5300-3</p> <p>James Brian Quinn (1992) <i>Intelligent Enterprise : a knowledge and service based paradigm for industry</i>. New York: Free Press, XX, 473 sider, pris kr. 250. ISBN 0-02-925615-1</p> <p>Shoshana Zuboff (1984) <i>In the Age of the Smart Machine : the future of work and power</i>. New York: BasicBooks, XIX, 468 sider, pris kr. 280</p>