

## **KURSBESKRIVELSE FOR Innovasjon, kreativitet og entreprenørskap**

1. Studium:	3. år bachelor
2. Kurs:	Innovasjon, kreativitet og entreprenørskap
3. Semester:	Vår 2008
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Førsteamanuensis Joyce McHenry
6. Antall timer undervisning:	50
7. Nødvendige forkunnskaper:	Finans og økonomi kurs gjennom alle år Markedsføring kurs gjennom alle år Ledelseskurs gjennom alle år
8. Fagbeskrivelse:	<p>Kurset tar for seg innovasjon, kreativitet og entreprenørskap. Faget ser på nyskapning i eksisterende bedrifter og suksessfaktorer ved nyetableringer, og tar for seg hvilke muligheter og utfordringer nye aktører i markedet står overfor.</p> <p>I første delen av kurset legges vekt på å forstå begrepene entreprenørskap og innovasjon. Studentene får kunnskap om hva en intraprenør / entreprenør gjør, hva som er viktige egenskaper hos en entreprenør og hvordan man kan stimulere til nytenkning i nye etableringer og eksisterende bedrifter. Det andre hovedområdet fokuserer på praktisk etablering av en bedrift. Her fokuseres det på etableringsprosessen og hvordan en går frem for å lykkes med etablering fra idéfasen til en etablert bedrift.</p>
9. Mål:	<p>Hensikten med faget er å forberede og inspirere avgangsstudenter til å starte egen virksomhet, eller å kunne bidra til nyskapning i bedrifter de begynner å arbeide i. Kurset skal gi handlingskompetanse, kreativitet og ønske om nyskapning, basert på gjennomarbeidede analyser og beslutninger</p> <p>Kurset inneholder både den mest aktuelle litteraturen</p>

	innenfor innovasjon og entreprenørskap, og har samtidig en praktisk vinkling, slik at studentene kan bruke det som hjelpemiddel for å delta i Venture Cup konkurransen.
10. Emneoversikt:	<p>Entreprenørskap, entreprenør/intraprenør</p> <p>Nyetablering og etablerer politikk</p> <p>Forretningsplan, bedriftsetablering fra a til å</p> <p>Kreativitet</p> <p>Presentere en forretningsplan</p> <p>Innovasjon, innovasjoner i system, entreprenørskap og nettverk</p> <p>Oppløvsorientert innovasjon</p> <p>Innovasjonsmodeller og prosesser</p> <p>Forretningside, posisjonering, kompetitive advantage</p> <p>Ledelse og tilrettelegging av innovasjonsprosesser</p>
11. Gjennomføring:	<p>Den faglige gjennomgangen vil være koblet til teoretisk baserte forelesningen og praktiske øvinger i utvikling av en forretningsplan og implementering av en bedrift.</p> <p>Forelesning med diskusjoner samt gruppearbeid (på 3 personer) og oppgaveløsning i clusters. Kurset er på 50 timer og det inneholder forelesninger i klassen, fellesforelesninger og veiledning enkeltvis og i grupper.</p> <p>Studentene må påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider.</p>
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	<p>Underveis evaluering:</p> <p>40 % - individuell skriftlig eksamen</p> <p>Sluttevaluering:</p> <p>60 % - Forretningsplan: skriftlig gruppe innlevering (maks 3 personer)</p>
13. Obligatorisk litteratur	<p>Obligatorisk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spilling, O.R. (2006) <i>Entreprenørskap på Norsk</i>, 2. utgave, Bergen : Fagbokforlaget, 266 sider. Pris 349 NOK. 978-82-450-0405-2</li> <li>• McKinsey &amp; Company: Utgård, Odd og Helge Refsum (red.) (2007), <i>Fra idé til ny virksomhet, en</i></li> </ul>

	<p><i>håndbok for nye vekstselskaper</i>, 2. utgave, Oslo : Universitetsforlaget, 279 sider. Pris 329 NOK. ISBN: 978-82-15-01153-0</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kompendium – Innovasjon, kreativitet, entreprenørskap – vår 2008. 345 sider. Pris ca. 200 NOK</li><li>• Aasen, T.M.B., (2007) "Innovasjon I organisasjoner: Forskningsperspektiver og forskningstilnærminger", <i>Working paper</i>, NTNU Samfunnsforskning as.</li><li>• Jong, J.P.J. and Den Hartog, D.N. (2007) "How leaders influence employees' innovative behaviour", <i>European Journal of innovation Management</i>", Vol.10, No 1, pp 41-64</li><li>• Thompson, J.L. (1999),"The world of the entrepreneur – a new perspective", <i>Journal of workplace learning</i>, Vol 11, number 6.</li><li>• Sandal, J-U., (2006) "Den sosiale entreprenør- et case", <i>Lund Papers in economic history</i>, no.101, Lund University</li><li>• Jakobsen, H. og Rebsdorf, S. (2003), "kap. 3 Kreativitetsbegrebet i dag", <i>Ideudvikling ved kreativ innovation</i>, Gyldendal, Nordisk Forlag.</li><li>• Levitt, T. (2002) "Creativity is not enough", <i>Harvard Business Review</i>, aug., first publ. 1963.</li><li>• Hormozi, A.M. et al. (2002), "Business plans for new or small businesses: paving the path to success", <i>Management Decisions</i>, 40/8.</li><li>• Mal Forretningsplan – Innovasjon Norge og Bedin</li><li>• Flagestad A. et al. (2005),"The tourist destination; a local innovation system? The creation of a model", in Keller, P. and Bieger, T., in <i>Innovation in Tourism – Creating customer value</i>, 55th Congress 2005</li></ul>
--	---

	<p>Brainerd, USA, vol. 47, AIEST</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• C.K. Prahalad and Ramaswamy V. (2004), “Co-creating unique value with customers”, <i>Strategy &amp; Leadership</i>, vol. 32. no. 3, pp. 4-9.</li> <li>• C.K. Prahalad and Ramaswamy V. (2004) “Chapter 4 Experience Innovation” in <i>The Future of Competition. Co-Creating Unique Value with Customers</i>, Harvard Business School Press Boston, Massachusetts</li> <li>• Gilmore, J.H. and Pine II. (2002) “Customer experience places: the new offering frontier”, <i>Strategy &amp; Leadership</i>, 30, 4.</li> <li>• Trott, P. (2005) “Chapter 1 Innovation management: an introduction”, in <i>Innovation management and new product development</i>, 3rd. edition, Pearson.</li> <li>• Barney, J. B. (1995) “Looking inside for competitive advantage”, <i>Academy of Management Executive</i>, vol. 9, No.4</li> <li>• Lovelock, c. Vandermerve, S. and Lewis, B. (1999) “creating services and adding value”, <i>Services Marketing: A European Perspective</i>, chapter 8., Prentice Hall Europe</li> <li>• Normann, R. (1975 og 1989) “Foretagets affærside”, <i>Skapende føretagsledning</i>, kap. 3, Bonniers</li> </ul> <p>Det vil i tillegg bli anvendt ekstra litteratur i form av artikler og "cases" etter behov.</p>
14. Anbefalt litteratur:	