

## EMNEBESKRIVELSE

### IKE3100 Innovasjon, kreativitet og entreprenørskap

1. Studium/studier	Bachelor Hotell- og relasjonsledelse Bachelor Markedsføring og internasjonalisering Bachelor Markedsføring og salgsledelse Bachelor Reiseliv og relasjonsledelse Bachelor Reklame og merkebygging
2. Studieår/semester	3.studieår - 6.semester
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Joyce McHenry
5. Antall timer	50 timer
6. Forkunnskaper	Studentene må ha gjennomført tidligere kurs/emner i økonomi, markedsføring og ledelse i foregående semestre.
7. Mål	Målet med emnet er å forberede og inspirere til å starte egen virksomhet, og til å kunne bidra og lede nyskaping i etablerte selskaper. Emnet skal gi teoretiske kunnskaper innenfor entreprenørskap og innovasjon, og samtidig gi handlingskompetanse og motivere til nyskaping, basert på gjennomarbeidede analyser og beslutninger.
8. Innhold	I første del av emnet vektlegges kreativitet, entreprenørskap og innovasjon. Studentene får kunnskap om hva en intraprenør/entreprenør gjør, om viktige egenskaper hos en entreprenør, og hvordan man kan stimulere til kreativitet og innovasjon i nye etableringer og eksisterende bedrifter. I andre del av emnet fokuseres det på den praktiske etableringsprosessen, og på hvordan man går frem fra idéfasen til etablert bedrift.
9. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen/-e. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen/-e – både gruppevis og individuelt.

	Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset.
10. Evaluering	<p>Underveisevaluering er en individuell skriftlig eksamen som teller 40 % av sluttkarakteren i emnet.</p> <p>Sluttevaluering er en skriftlig forretningsplan som utvikles i grupper på inntil tre studenter. Den teller 60 % av sluttkarakteren i emnet. Veiledning gis enkeltvis og i grupper.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Kaufmann, Geir. 2006. <i>Hva er kreativitet, Hva er; 12</i>. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-00645-1. Sider: 151. Pris: 149,-.</p> <p>McHenry, Joyce, red. 2009. <i>Kompendium: innovasjon, kreativitet og entreprenørskap</i>. Oslo: Markedshøyskolen. Sider: 200. Pris: ca. 150,-.</p> <p>McKinsey &amp; Company ; Helge Refsum og Odd Utgård, red. 2007. <i>Fra idé til ny virksomhet: en håndbok for nye vekstselskaper</i>. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-01153-0. Sider: 279. Pris: 329,-.</p> <p>Spilling, Olav R., red. 2006. <i>Entreprenørskap på norsk</i>. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 978-82-450-0405-2. Sider: 266. Pris: 361,-.</p> <p><b>Kompendium: innovasjon, kreativitet og entreprenørskap inneholder:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Trott, Paul. 2005. Chapter 1: innovation management: an introduction. I <i>Innovation management and new product development</i>, 3rd ed. Harlow: Prentice Hall.</li><li>2. Deakins, David, og Mark Freel. 2006. Chapter 11: issues in business start-up. I <i>Entrepreneurship and small firms</i>, 4th ed. London: McGraw-Hill.</li><li>3. Brown, Tim. 2008. Design thinking. <i>Harvard Business Review</i> 86 (6):84.</li><li>4. Levitt, Theodore. 2002. Creativity is not enough. <i>Harvard Business Review</i> 80 (8):137. (Første gang utgitt i 1963).</li><li>5. Flagestad, Arvid, Christine A. Hope, Bo Svensson, and Sara Nordin. 2005. The tourist destination; a local innovation system? the creation of a model. Paper presentert ved Innovation in tourism: creating customer value: 55th congress, i Brainerd, USA. Vol. 47, AIEST.</li><li>6. Prahalad, C. K., og Venkat Ramaswamy. 2004. Co-creating</li></ol>

	<p>unique value with customers. <i>Strategy &amp; Leadership</i> 32 (3):4.</p> <p>7. Gilmore, James H., og B. Joseph II Pine. 2002. Customer experience places: the new offering frontier. <i>Strategy &amp; Leadership</i> 30 (4):4.</p> <p>8. Bettencourt, Lance A., og Anthony W. Ulwick. 2008. The customer-centered innovation map. <i>Harvard Business Review</i> 86 (5):109.</p> <p>9. Thompson, John L. 1999. The world of the entrepreneur: a new perspective. <i>Journal of Workplace Learning</i> 11 (6):209 - 224.</p> <p>10. Sandal, Jan- U. 2006. <i>Den sosiale entreprenør: et case, Lund papers in economic history; No. 101, 2006</i>. Lund: Department of Economic History, Lund University.</p> <p>11. Emerson, Jed. 2003. The blended value proposition: integrating social and financial returns. <i>California Management Review</i> 45 (4):35.</p> <p>12. Hormozi, Amir M., Gail S. Sutton, Robert D. McMinn, og Wendy Lucio. 2002. Business plans for new or small businesses: paving the path to success. <i>Management Decision</i> 40 (8):755.</p> <p>13. Barney, Jay B. 1995. Looking inside for competitive advantage. <i>Academy of Management Executive</i> 9 (4):49.</p> <p>14. Lovelock, Christopher, Sandra Vandermerwe, og Barbara Lewis. 1999. Chapter 8: creating services and adding value. I <i>Services marketing: a European perspective</i>. London: Prentice Hall.</p> <p>15. Normann, Richard. 1975. Kap. 3: företagets affärsidé. I <i>Skapande företagsledning</i>. Stockholm: Aldus.</p> <p>Det vil i tillegg bli anvendt ekstra litteratur i form av artikler og "cases" etter behov.</p>
12. Anbefalt litteratur	