



ME2805 Design and Innovation in Context 7,5 hp

Design and Innovation in Context

Fastställande

Kursplan för ME2805 gäller från och med HT11

Betygsskala

A, B, C, D, E, FX, F

Utbildningsnivå

Avancerad nivå

Huvudområden

Industriell ekonomi

Särskild behörighet

KTH programstudenter måste ha minst 120 högskolepoäng (ECTS).

Övriga studenter behöver 180 hp isamt engelska B eller liknande.

Undervisningsspråk

Undervisningsspråk anges i kurstillfällesinformationen i kurs- och programkatalogen.

Lärandemål

Efter kursen ska studenterna kunna:

- Analysera och diskutera innovation och design i sin kontext
- Första och uppvisa kunskap om hur design kan skapa värde för företaget och för samhället i stort
- Argumentera för och använda grundläggande modeller för strategisk och användardriven designutveckling i innovationsprocesser
- Kommunicera grunderna i strategisk och användardriven design, varumärken och varumärkesarbete till såväl yrkesverksamma som till lekmän
- Identifiera användningsområden för design som ett strategiskt verktyg i produktutveckling, marknadskommunikation och företagstillväxt
- Uppvisa kunskap om utveckling och förvaltning av designorienterade företag

Kursinnehåll

Syftet med kursen är att bekanta studenterna med den "designrevolution" som för närvarande pågår på marknaden. Kursen kommer att ge en översikt av designdrivna företag och fördjupa elevernas förståelse av vad strategisk, användardriven design handlar om.

Dessutom kommer den att ge studenterna verktyg för att sammanfoga varumärkesstrategi och marknadsföring med design och produktutveckling. Dessa verktyg är av avgörande betydelse på marknaden idag och kommer att bli ännu större inom den närmaste framtiden då fusion av branding, design och innovation fortsätter att täcka större delar av ekonomin.

Dessutom kommer kursen att inriktas på följande områden:

- Design – utöver modeordet: vad är det och vad är det inte?
- Grunderna i design management och branding
- Den designdrivna världen – hur hamnade vi här?
- Sammanslagningen av funktioner – branding, design, innovation, produktutveckling
- Att arbeta med varumärkesdriven design strategiskt
- Att utvärdera ett företags design-och varumärkesarbete

Kursupplägg

Kursen kommer att blanda föreläsningar med debatter, diskussioner och seminarier med studenter såväl som med marknadsledare på området.

Kurslitteratur

Meddelas antagna studenter vid kursstart.

Examination

- PRO1 - Project, 7,5 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F

Examinator beslutar, baserat på rekommendation från KTH:s handläggare av stöd till studenter med funktionsnedsättning, om eventuell anpassad examination för studenter med dokumenterad, varaktig funktionsnedsättning.

Examinator får medge annan examinationsform vid omexamination av enstaka studenter.

När kurs inte längre ges har student möjlighet att examineras under ytterligare två läsår.

Övriga krav för slutbetyg

Studenternas betyg kommer att grundas på tre faktorer:

- Grupprojekt
- Aktiv närvaro och deltagande i undervisningen och i gruppaktiviteter
- Skriftliga och muntliga uppgifter vid undervisningstillfällena (individuella och i grupp)

Närvaro är obligatorisk.

Etiskt förhållningssätt

- Vid grupparbete har alla i gruppen ansvar för gruppens arbete.
- Vid examination ska varje student ärligt redovisa hjälp som erhållits och källor som använts.
- Vid muntlig examination ska varje student kunna redogöra för hela uppgiften och hela lösningen.