



MARKNADSDRIVEN INNOVATION OCH PRODUKTUTVECKLING

TMA020

Market-Guided Innovation and Product Development

Antal poäng: 10. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** TEMA5. **Kursansvarig:** Tf professor Robert Bjärnemo, Avdelningen för maskinkonstruktion. **Prestationsbedömning:** Kursen examineras genom tentamen och seminarieuppgift. **Webbsida:** <http://www.tm.lu.se>.
Övrigt: För deltagande i kursen krävs antagning till Technology Managementavslutningen.

Mål

Kursens mål är att ge studenterna kunskaper om hur man organiserar och leder innovations- och produktutvecklingsprocesser i teknologibaserade företag, samt hur man därvid interagerar med andra aktörer såsom kunder och leverantörer. Målet innefattar såväl att förmedla kunskap om processerna som om deras strategiska betydelse för företaget.

Innehåll

Kursen består av tre block, som behandlar utvecklingsproblematiken vid förnyelse av ett företags produktprogram utifrån ett processperspektiv. Dessa block består i sin tur av ett eller flera avsnitt, vilka vart och ett utgår ifrån ett specifikt kunskapsområde. I det första blocket behandlas Forskning och Utveckling, vari teorin och förutsättningarna för de industriella innovations- och produktutvecklingsprocesserna utreds. Det andra blocket, som utgör kursens teoretiska huvudblock, fokuserar på Innovation och Produktutveckling, utifrån såväl process- som produktperspektiv. Inom ramen för detta block behandlas följande avsnitt: Produktutveckling, Industriell marknadsföring, Industriellt inköp och Industridesign. Dessa båda kursblock definierar kursens teoridel och tenteras av innan det tredje kursblocket påbörjas. I det tredje och avslutande kursblocket behandlas Produktutveckling i praktiken. Målet är här att studera ett industriföretags utvecklingsprocess med avseende på tillämpad strategi (procedur) och taktik (metoder/tekniker) och att därpå analysera erhållet resultat utifrån förvärvade teorikunskaper uttryckta i en "metamodell". Arbetet genomförs i form av grupparbete, där varje grupp studerar ett " eget " företag. Resultatet redovisas i en för respektive grupp gemensam rapport som diskuteras vid ett för kursdeltagarna gemensamt, avslutande, seminarium.

Litteratur

Wheelwright, S. C. and Clark K. B. (1992): Revolutionizing Product Development - Quantum Leaps in Speed, Efficiency, and Quality, The Free Press, New York.

Ulrich, K. & Eppinger, S. (2000): Product Design and Development, McGraw Hill.
Ford, D. et al. (1998): Managing Business Relationships, John Wiley & Sons.
van Weele, A. J. (2000): Purchasing Management, Analysis, Planning and Practise.
Chapman & Hall, London, Berlin.
Cooper, R. and Press, M. (1995): The Design Agenda - A Guide to Successful Design
Management, John Wiley & Sons.