



## MARKNADSDRIVEN INNOVATION OCH PRODUKTUTVECKLING

TMA020

### Market-Guided Innovation and Product Development

**Antal poäng:** 10. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** TEMA5. **Kursansvarig:** Professor Robert Bjärnemo, Technology Management. **Prestationsbedömning:** Kursen examineras genom tentamen och seminarieuppgift. **Hemsida:** <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 där vid 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 fyra 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 i sin tur utgår från ett specifikt kunskapsområde.

I det första blocket behandlas Forskning och Utveckling, med inriktning mot innovation/produktutveckling. Detta block består endast av ett avsnitt, avsnitt A, i vilket teorin för och förutsättningarna för de industriella innovations- och produktutvecklingsprocesserna utreds.

Det andra blocket har inriktning mot Produktutveckling - utifrån såväl process- som produktperspektiv. Blocket, som är uppdelat i två avsnitt, inleds med avsnitt B om Produktutveckling och design, vari en generisk procedurmodell för produktutveckling och dess mest betydelsefulla subprocess design introduceras. Med hänsyn till den aktualitet som design idag har, och speciellt industridesign, ägnas ett separat avsnitt, avsnitt C, åt detta.

I det tredje blocket, som behandlar Produktutveckling i nätverk, blickar vi in i den utveckling som börjar skönjas i många företag i form av att hela eller delar av utvecklingsarbetet läggs ut på en eller flera underleverantörer. Att arbeta i nätverk ställer nya krav på organisation och ledarskap. I avsnitt D, Organisation och management, belyses denna problematik. Även Industriellt inköp, avsnitt E och Industriell marknadsföring, avsnitt F, är exempel på områden som kräver nya synsätt och förändrade

tillvägagångssätt för att säkerställa en framgångsrik utlokalisering av utvecklingsarbetet.

I det fjärde och avslutande kursblocket behandlas Produktutveckling i praktiken, vilket utgör blockets enda avsnitt, avsnitt G. Målet är här att studera ett industriföretags utvecklingsprocess med avseende på tillämpad strategi (procedur) och taktik (metoder/tekniker) och att analysera resultatet utifrån förvärvade teorikunskaper uttryckta i en teoretisk referensmodell eller "metamodell". Arbetet genomförs i form av grupparbete, där varje grupp studerar ett "riktigt" företag. Resultatet redovisas i en för gruppen gemensam rapport, som diskuteras vid ett för alla 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.
- Bruce, M. and Bessant, J. (2002), Design in Business - Strategic Innovation Through Design, Parson Education.
- Ford, D. et al.(2002), The Business Marketing Course - Managing in Complex Networks, Wiley & Sons.
- Björnemo, R., Kedström, C., Rendahl, J.-E. och Stankiewicz, R., (2002), Produktutveckling och samverkan i nätverk - artikelkompendium, Lund.