



MARKNADSDRIVEN PRODUKTUTVECKLING TMA045

Market Driven Product Development

Antal poäng: 5. **Betygskala:** TH. **Obligatorisk för:** TEMA3. **Kursansvarig:** Professor Robert Bjärnemo, Technology Management. **Prestationsbedömning:** Godkänt projektarbete poängsätts i intervallet 20-50 poäng. Alla gruppmedlemmarna erhåller den för respektive projektarbete uppnådda poängen. Utöver ett obligatoriskt projekt ingår också en skriftlig tentamen, för vilken 20-50 poäng erhålls vid godkänt resultat. **Hemsida:** <http://www.tm.lu.se>.

Mål

Kunskapsmål

Kursen skall ge grundläggande kunskaper om strategier, begrepp och metodik vid produktplanering och produktutveckling. Den presenterade procedurmodellen baseras i allt väsentligt på att utvecklingsarbetet bedrivs utifrån ett marknadsdrivet synsätt. För att betona marknadsaspekternas betydelse i utvecklingsarbetet, kompletteras processbeskrivningarna med ytterligare metodik rörande marknadsföringsproblematik för högteknologiska produkter.

Färdighetsmål

Efter genomgången kurs skall studenten kunna genomföra ett enklare produktplaneringsarbete i ett industriföretag. Detta arbete skall resultera i en uppdragsformulering som är användbar för uppstarten av det egentliga produktutvecklingsprojektet. I produktutvecklingsprocessen skall studenten kunna genomföra ett på tidigare nämnd uppdragsformulering baserat principutvecklingsprojekt (Concept Development - project). I färdighetsmålet ingår också att kunna förstå och hantera de metoder och tekniker för problemlösning som utnyttjas i principlösningssfasen, samt kunna kommunicera utvecklingsproblematik och resultat i en industrimiljö.

Innehåll

Kursen omfattar produktplanering och principutveckling inom ramen för produktutvecklingsprocessen. Inledningsvis föreläses teorin för respektive del, varefter ett tillämpningsprojekt genomförs. Den inledande delen av projektet, om produktplanering, integreras med principutvecklingsdelen och dokumenteras i en rapport. Arbetet utförs i samverkan med ett industriföretag och i grupper om 3-5 studenter per grupp. Dessa arbeten presenteras vid en för alla kursdeltagarna gemensam redovisning. Varje projektarbete redovisas i form av en rapport och gemensam för hela gruppen. Efter genomförd presentation genomför varje grupp en självvärdering av sitt arbete, som ligger

till grund för den slutliga bedömningen. Varje gruppmedlem erhåller den för sin grupp erhållna poängen. Kursen avslutas med en skriftlig tentamen.

Litteratur

Litteratur K.Ulrich & S. Eppinger: Product Design and Development, McGraw-Hill International Editions, 3rd ed., 2003. Mohr, Jakki, Sengupta, Sanjit & Slater, Stanley, Marketing of High-Technology Products and Innovations, 2nd ed. Prentice-Hall, 2005.