LUNDS UNIVERSITET
Lunds Tekniska Högskola

Kursplan för läsåret 2008/2009
(Genererad 2008-07-17.)

DESIGN I FÖRETAG MMK070

Industrial Design

Antal högskolepoäng: 7,5. **Betygskala:** TH. **Nivå:** G2 (Grundnivå, fördjupad). **Undervisningsspråk:** Kursen ges på engelska. **Valfri för:** M3. **Kursansvarig:** Univ.adj. Per Kristav, Per.Kristav@mkon.lth.se, Maskinkonstruktion. **Förkunskapskrav:** Kunskaper motsvarande de två första årens obligatorium inom maskinprogrammet vid LTH. **Förutsatta förkunskaper:** MMK080 Form och färg. **Kan ställas in:** Vid mindre än 3 anmälda. **Prestationsbedömning:** Varje projektgrupp redovisar sitt resultat i form av rapport, modell och övrig information i anslutning till en projektredovisning. De vid denna presentation redovisade insatserna bedöms gruppvis. I examinationen ingår även att varje grupp bedömer en annan grupps projektarbete. Det betyg som var och en av deltagarna erhåller baseras även på en kort uppsats i valfritt ämne inom industridesign. Denna uppsats skall basera sig på föreläsningar, egna reflexioner samt individuellt vald fördjupningslitteratur. **Övrigt:** Undervisningsform: föreläsningar, gruppdiskussioner och projektarbete med återkoppling av yrkesverksam designer. Undervisning sker även under framställning av mock-up modeller. **Hemsida:** http://www.mkon.lth.se.

Syfte

Designområdet har blivit allt mer betydelsefullt för företagens konkurrensförmåga. Behovet att profilera och positionera sina produkter gentemot den globala konkurrenssituationen har ökat. I företaget blir designarbetet allt mer ett gemensamt fält, där olika aktörer tvingas samordna sina insatser, för att uppnå en estetisk och funktionellt tilltalande slutprodukt. Kursen syftar till att studenten skall kunna värdera och resonera kring vad som kan uppnås genom integration av designinsatser i ett företag. Förvärvade kunskaper och insikter skall vidare kunna utgöra en plattform för vidare självständig utveckling inom designområdet.

Mål

Kunskap och förståelse
För godkänd kurs skall studenten

- medverka i och utvärdera en produkt ur ett användarperspektiv under produktutvecklingsprocessen.
- redogöra för och tillämpa grundläggande arbetsmetoder och synsätt som finns inom produktdesignområdet.
- avgöra vilka aspekter som är specifikt viktiga att ta hänsyn till under utvecklingen av en

viss produkt ur ett brukarperspektiv.
- beskriva och kritiskt granska ett produktgränssnitt utifrån ett kognitivt perspektiv.
- kritiskt granska, bedöma och värdera projektarbete i kursen samt kunna argumentera för sin bedömning.

Färdighet och förmåga
För godkänd kurs skall studenten

- ta fram, presentera och sälja in ett designförslag gentemot ett företag.
- visualisera ett produktförslag i 2-D och 3-D med hjälp av sina händer.
- redogöra för varför man i god formgivning alltid måste utgå från människan och dess begränsningar.
- redogöra för samt reflektera kring en bestämd aspekt av industridesign i ett personligt paper.
- argumentera för och sälja in ett designförslag gentemot ett industriföretag.

Värderingsförmåga och förhållningssätt
För godkänd kurs skall studenten

- förstå att industriprodukter alltid berör användarna

Innehåll
Kursen presenterar de viktigaste aspekterna av produktdesign som en industridesigner använder sig av i sitt arbete. Föreläsningsserie med inriktning mot design management, designprocess/ designmetodik, produktpolicy, semiotisk/kognitiv design och ergonomisk utformning. Den industriellt tillverkade produkten beskrivs även ur ett brukarcentrerat och affektivt samt sociologiskt perspektiv. De teoretiska kunskaperna praktiseras sedan i projektarbete i samarbete med ett industriföretag. Projekten genomförs i arbetsgrupper om 3⊠4 teknologer per grupp. Handledning och verkstäder står till förfogande under projekttiden. Studenterna förfogar själva över sin arbetstidsdisponering under projektarbetet. Yrkesverksamma industridesigners deltar i undervisning samt projekthandledning. Studiebesök på designbyrå.

Litteratur
Kompendium, avdelningen för maskinkonstruktion.
Referenslitteratur:
Monö, Rune, Design for product understanding, 1997, Liber. (tillhandahålls av avd. för maskinkonstruktion)
Ahl Zandra & Olsson Emma, Svensk smak, myten om den moderna formen, Ordfront, 2002.
Bessant John, Bruce Margaret, Design in business strategic innovation through design, Prentice hall, 2002
Bourdieu Pierre, Distinction, Routledge 1994.
Cooper Rachel, The design agenda, a guide to successful design management, Wiley, 1995
De Léon David, Artefactual Intelligence, the development and use of cognitively congenial artefacts, Lund University Cognitive Studies 105, 2003
Fiske John, Kommunikationsteorier, en introduktion, Wahlström & Widstrands, 1991.
Klein Naomi, No Logo, Picador, 2002.
Linn Carl Eric, Värdeskapandets dynamik ⊠Hur metaprodukter, varumärken och design ger resultat på sista raden, Meta Management, 2002
Mc Cormick J Ernest, Sanders S Mark, Human factors in engineering and design, Mc

Graw-Hill 2000.
Norman Donald A, The design of everyday things, MIT press, 1990.
Norman Donald A, Things that make us smart, Perseus books, 1993
Norman Donald A, Emotional design, Why we love (or hate) everyday things, Basic books, 2004
Olofsson Erik, Sjölén Klara, Design Sketching. Keeos Design Books AB. 2005
Powell, Dick, Presentation Techniques. A guide to drawing and presenting design ideas, London, 1995.
Rodwell, Jenny, Lär dig teckna steg för steg,Strömbergs förlag, 1994.
Shimizo, Yoshinihary et al, Models & Prototypes, Graphic-sha Tokyo, 1991.
Smith Ray, Perspektivgrunderna, Richters, 1999. (Walsh, Vivien et al, Winning by Design)
Tillman Barry, Tillman Peggy, Woodson E Weselay, Human factors design handbook, Mc Graw-Hill 1992.