



**LUNDS UNIVERSITET**  
Lunds Tekniska Högskola

*Kursplan för*

## **Design management 2**

### **Design Management 2**

**IDEN40, 5 högskolepoäng, A (Avancerad nivå)**

**Gäller för:** Läsåret 2012/13

**Beslutad av:** Utbildningsnämnd 3

**Beslutsdatum:** 2012-04-13

### **Allmänna uppgifter**

**Obligatorisk för:** MID2

**Valfri för:** MD4

**Undervisningsspråk:** Kursen ges på engelska

### **Syfte**

Att studenten utvecklar sina färdigheter i strategisk design management för att kunna kommunicera med affärsvärlden på ett vant och trovärdigt sätt.

### **Mål**

*Kunskap och förståelse*

För godkänd kurs skall studenten

- Ha en gedigen kunskap vad gäller centrala begrepp i design management.
- Ha en god kunskap kring enklare strategisk analys av företag – både vad gäller interna och externa aspekter – med speciell fokus på hur detta relaterar till design management och produktstrategier.

*Färdighet och förmåga*

För godkänd kurs skall studenten

- Huvudsakligen självständigt kunna lokalisera och hantera viss företagsinformation som i sig inte är riktad mot designers som mottagare och utifrån denna identifiera designrelaterade möjligheter.
- Problematisera, analysera ett företags/organisations integrering av design i verksamheten samt utvärdera detta, bland annat genom en självständig applicering av kurslitteraturen.
- Kunna själv strukturera och på ett övertygande vis kommunicera resultat av sådan analys.

- Ha en trovärdig framtoning vad gäller förståelsen och hanteringen av design management-begrepp och frågeställningar.
- På ett djupare plan tillsammans med företagspersoner identifiera och diskutera aspekter av företags strategiska affärsutveckling – inte minst sådant som kan påverka det egna arbetet med produktutveckling – samt bidra med egna insikter kring design managementfunktionen i företag och kring design som strategisk resurs.
- Utveckla en designpolicy som belyser hur ett företag kan integrera design i sin strategiska affärsutveckling.
- Kunna argumentera för industridesignerns roll i att utveckla och vara en del av företags strategi- och affärsutveckling
- Framgångsrikt kunna hantera de utmaningar som det innebär att arbeta i grupp med att lösa analytiska problem och kommunicera dessa lösningar mot seniora företagspersoner.

## Kursinnehåll

Företags strategier och relation till design diskuteras ur flera olika perspektiv med hjälp av gäster, fallföretagsstudier, fallbaserad undervisningsmetod och kurslitteraturen. Med 'design management' avses ledning och ansvar för företagets strategiska, taktiska och operativa förhållningssätt till (och bruk av) design som resurs.

## Kursens examination

**Betygsskala:** TH

**Prestationsbedömning:** Betygen som ges bygger på genomförda gruppuppgifter och grupprojeckt, muntlig redovisning och inlämning av redovisningsmaterial. Alla delmoment skall vara godkända och avklarade inom angivna tidsramar. Vid behov kan utförande av en självanalys/självvärdering av studentens eget arbete komma att bli aktuell.

## Antagningsuppgifter

**Förkunskapskrav:**

- Kandidatexamen i industridesign eller motsvarande.

**Begränsat antal platser:** 35

**Urvalskriterier:** Studenter från teknisk designutbildningen antas genom lottning.

**Kursen överlappar följande kurser:** IDEA70

## Kurslitteratur

- Kathryn Best: The Fundamentals of Design Management. AVA Publishing, 2010, ISBN: 978 2 940411 07 8.
- Kompendier / presentationsmaterial från kursansvarigs föreläsningar samt gästföreläsare.

## Kontaktinfo och övrigt

**Kursansvarig:** Carl Lidgard, Carl.Lidgard@design.lth.se

**Hemsida:** <http://www.ide.lth.se>