



**LUNDS UNIVERSITET**  
Lunds Tekniska Högskola

*Kursplan för*

# **Design management 1**

## **Design Management 1**

**IDEA80, 7 högskolepoäng, G1 (Grundnivå)**

**Gäller för:** Läsåret 2014/15

**Beslutad av:** Utbildningsnämnd E

**Beslutsdatum:** 2014-04-02

### **Allmänna uppgifter**

**Obligatorisk för:** KID3

**Undervisningsspråk:** Kursen ges på engelska

### **Syfte**

Kursen avser att ge studenterna grundläggande kunskap och förståelse för viss företagsekonomisk terminologi. Den avser att förklara entreprenörskap och företagsekonomi inom designverksamhet och tydliggöra sambanden mellan designprocessen, designföretagets affärsidé och kassaflöden.

### **Mål**

*Kunskap och förståelse*

För godkänd kurs skall studenten

- Ha kännedom om olika möjligheter att söka sådant externt stöd som finns att tillgå för nyföretagare och entreprenörer.
- Ha viss inblick i problematiken kring avtal mellan kundföretag och designer.
- Ha kännedom om grundläggande begrepp och aspekter av affärsplanering.
- Ha förståelse för kopplingen mellan designprocessen, dess metoder och designverksamhetens möjlighet att skapa goda relationer med kunder och andra aktörer i verksamhetens omgivning.
- Ha grundläggande inblick i principer kring entreprenörskap.
- Ha viss inblick i problematiken kring avtal mellan kundföretag och designer.

- Ha kännedom om olika möjligheter att söka sådant externt stöd som finns att tillgå för nyföretagare och entreprenörer.

2)

- Stifta bekantskap med några av grunderna i varumärkesstrategi, ha grundläggande förståelse för hur dessa relaterar till designprocessen samt erbjudas möjlighet att applicera detta perspektiv på ett designprojekt.

### *Färdighet och förmåga*

För godkänd kurs skall studenten

### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

För godkänd kurs skall studenten

- ha förståelse för designerns roll i företaget och hur man i praktiken bidrar till en vinstdrivande verksamhet, bl.a. genom ökad förståelse för relationen mellan kostnader och intäkter för både enskilda projekt och verksamheten i stort.

- reflektera över det kulturella uppdraget, designers etiska ansvar och en hållbar samhällsutveckling.

## **Kursinnehåll**

Kursen fokuserar huvudsakligen på entreprenörskapsmässiga frågeställningar relaterade till småföretagsmässig designverksamhet. Detta diskuteras ur flera olika perspektiv med hjälp av gäster, gruppövningar och kurslitteratur.

## **Kursens examination**

**Betygsskala:** UG

**Prestationsbedömning:** För godkänt betyg krävs minst 80% närvaro och aktivt deltagande i gruppuppgiften.

## **Antagningsuppgifter**

**Förkunskapskrav:**

- Två års studier på industridesignprogram eller motsvarande

**Begränsat antal platser:** Nej

**Kursen överlappar följande kurser:** IDEN30

## **Kurslitteratur**

- Melissa Davis: The Fundamentals of Branding. AVA Publishing, 2009, ISBN: 978 2 940373 98 7.
- Kompendier / presentationsmaterial ifrån gästföreläsare.

## **Kontaktinfo och övrigt**

**Kursansvarig:** Carl Lidgard, [Carl.Lidgard@design.lth.se](mailto:Carl.Lidgard@design.lth.se)

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