



MARKNADSDRIVEN INNOVATION OCH PRODUKTUTVECKLING

TMA
020

Market-Guided Innovation and Product Development

Antal poäng: 10.0. **Obligatorisk för:** T5, Technology Management-avslutningen årskurs 5. **Kursansvarig:** universitetslektor Stein Kleppesø, Företagsekonomiska institutionen
Förkunskapskrav: Antagning till Technology Managementavslutningen
Prestationsbedömning: Kursen examineras genom löpande examinationsuppgifter. LTH:s betygsskala, Underkänd, 3, 4 eller 5. **Webbsida**
http://www.bekon.lth.se/technology_management

Målbeskrivning

Kursen syftar till att ge studenterna kunskaper om hur man organiserar och leder innovations- och produktutvecklingsprocesser i teknologibaserade företag samt därvid interagera med andra aktörer såsom kunder och leverantörer. Syftet innefattar såväl att förmedla kunskap om processerna, som om deras strategiska betydelse för företaget och hur man praktiskt organiserar och leder dylika processer.

Innehåll

Kursen behandlar utvecklingsproblematiken vid förnyelse av företags produktprogram utifrån ett processperspektiv. Detta genomförs utifrån i ett antal kunskapsområden: innovation och forskning & utveckling, design och designledning, produktutveckling, inköp och industriell marknadsföring. Ett centralt tema är att företagets utvecklingsprocesser och dess funktionella aktiviteter och kompetenser måste integreras för att nå snabba och kvalitativa resultat, dessutom synkroniseras med företagets övergripande strategier.

Kursen är uppdelad i tre faser: inledningsvis en introduktion till forskning, utveckling och innovationer. Därpå följer kursens huvudblock. Däri integreras design,

produktutveckling och inköp med hjälp av en modell av den industriella innovationsprocessen kallad Integrerad Innovations- och Produktutvecklingsledning (IIP-I), vilken ger ett ramverk för genomgång av processen från idé till produkt. Avsnittet bygger på dels kunskapsblock där teorier, modeller och begrepp från olika kunskapsområden presenteras kopplat till IIP-I modellen dels övningar, gästföreläsningar, företagsbesök och mindre utredningsuppgifter. De aspekter av fackområdet inköp/management av externa resurser som inte direkt kan knytas till produktutvecklingsprocessen, liksom motsvarande övergripande aspekter inom

produktdesign/Design Management ges egna kunskapsblock. Ett väsentligt inslag i kursen är att visa på vilken roll relationer till andra företag spelar i dessa processer. Tredje kursfasen behandlar marknadsföring och kundrelationer på industriella marknader. Den knyter på så sätt ihop kursen genom att vi är tillbaka i kundperspektivet.

Litteratur

Clausing, D.: World-Class Concurrent Engineering, in Concurrent Engineering: Tools and Technologies for Mechanical Engineering, (E.J. Haug ed.) NATO ASI Series, Series F: Computer and Systems Sciences, Vol. 108, Springer-Verlag, Berlin, pp 3-40, 1993

Clausing, D.: Total Quality Development - A Step-by-Step Guide to World-Class Concurrent Engineering, ASME Press Series on International Advances in Design Productivity, ASME Press, New York, 1994

Hein, L., Andreasen, M.M. and Olsson, F.: Integrated Product Development, in the Proceedings of the International Conference on Design Policy, Vol 2, (R. Langdon and S. Gregory eds.), The Design Council, London, pp 86-90, 1984

Roozenburg, N.F.M. and Eekels, J.: Product Design: Fundamentals and Methods, Wiley, Chichester, 1995

Litteraturlistan är preliminär.
