

INNOVATION OCH ENTREPRENÖRSKAP INOM IDROTT OCH HÄLSA, 15 HÖGSKOLEPOÄNG

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP IN SPORT AND HEALTH,
15 CREDITS

Basdata

Kursen är en fristående kurs.

Utbildningsområde: Idrott
Ämne: Idrott
Omfattning: 15 högskolepoäng
Nivå: Grund

Behandlad av Institutionen för idrotts- och hälsovetenskap
2012-05-31.

Kursplanen är fastställd av Grundutbildningsnämnden
2012-06-13.

Ikraftträdande: Denna kursplan gäller från och med VT 2013.

Förkunskapskrav och urval

Grundläggande behörighet

Grundläggande behörighet för grundnivå.

Urval

Vid fler behöriga sökande än antalet platser antas 50 % med akademiska poäng och 50 % genom lottnings.

Förväntade studieresultat

Studenten skall:

- kunna metodiskt utveckla en idé till verklighet,
- förstå och tillämpa innovationsprocessens ingående delar,
- förstå entreprenörskapets och företagandets grundläggande frågor,
- redogöra för och visa exempel på hur egen idé praktiskt utvecklats från idé till praktiskt arbete och resultat,
- kunna kommunicera, presentera och marknadsföra resultatet av innovationsprocessen för relevanta aktörer.

Innehåll och uppläggning

Kursen är organiserad kring följande innehåll:

- idégenerering - metod för att ta fram idéer inom område där innovationer efterfrågas,

- idéformulering - formulering via text, bild, film etc. så att idén blir tydlig och enkelt kan förstås,
- idévärdering - en metod till hjälp och självhjälp för att snabbt förstå en idé styrkor och svagheter,
- innovationscoachning - idén synas ur olika perspektiv, tekniskt, affärsmässigt, juridiskt, målgrupps- och marknadsmässigt mm och en omvärldsanalys genomförs. Innovatörens förutsättningar diskuteras och en innovationsplan utvecklas,
- konceptutveckling - idén förfinas, konceptet vidareutvecklas med affärs-, produktions-, marknads- och handlingsplan,
- verksamhetsutveckling - i vilken form bör innovationen tas ut på en marknad och hur ska verksamheten organiseras för att den ska ge optimal utdelning,
- affärsutveckling - paketering, investerare och sälj,
- praktiskt arbete med att driva en eller flera idéer från idé till verklighet/marknad.

Arbetsätt

De olika kurstillfällena/workshoparna innehåller både föreläsningar kring det aktuella temat och expertkommentarer inom aktuella frågor. Därefter förekommer praktiska workshopar och tillämpningar enskilt och gruppvis. Erfarenheter som deltagarna gör under kursen diskuteras och dokumenteras både i mindre grupper och i hela gruppen.

Progression

Hela kursen är en progression från att föda en idé, via att formulera och värdera idén, att kritiskt granska och utveckla idén till en produkt (tjänst, redskap etc.), skapa organisation, nätverk och verksamhet kring produkten samt att paketera, marknadsföra, sälja och skapa affärsutveckling runt produkten.

Examination

Kurskrav

För godkänt betyg krävs aktiv närvaro vid kursens redovisnings- och laborativa moment. Frånvaro ersätts med skriftlig komplettering.

Examinationsformer

Kursen examineras på två sätt:

- skriftlig dokumentation från innovationsprocessens olika delområden i form av innovations-, affärs- och marknadsplan,
- redovisning och värdering av resultatet tillsammans med kursansvariga och externa experter.

Antal tillfällen för prov och praktik

Examinationerna avläggs under kursens gång vid separata tentamenstillfällen enligt anvisningarna i kurspromemorian som studenten får i och med kursstart. Omtentamenstillfällen anordnas tidigast tre veckor efter kursens slut, samt innan höstterminens början och/eller när kursen ges vid nästa tillfälle.

Betyg

Som betyg på kursen används något av uttrycken Väl godkänt, Godkänt eller Underkänt. Senast i samband med kursstart skall studenterna få preciserade kriterier för respektive betygsnivå. Betyg ska vara rapporterat till studieadministratör senast tre veckor efter avslutad kurs.

Övrigt

Utvärdering

Efter avslutad kurs gör varje student en utvärdering av kursen och varje lärare gör en självvärdering. Dessa återförs inom 3 veckor till studentgruppen och examinator.

Studentinflytande

Studentinflytande sker genom studentrepresentation i Grundutbildningsnämnden.

Litteratur och övriga läromedel

Obligatorisk:

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. USA: John Wiley & Sons, Inc, 281 s.

Lehrer, J. (2012). *Imagine, How Creativity Works*. USA: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 269 s.

Drucker, P. F. (1986). *Innovation & Entrepreneurship*. USA: Harper Collins Publishers Inc, 188 s.

Arbetsmaterial och föreläsningsunderlag tillkommer vilka återfinns på fronter.