



KURSPLAN

Kommersialisering av produkter, tjänster och innovationer

Commerzialisisation of Products, Services and Innovations

7,5 högskolepoäng (7.5 credits)

Kurskod: IY2632

Huvudområde: Industriell ekonomi och management

Utbildningsområde: Teknik

Utbildningsnivå: Avancerad nivå

Fördjupning: AIF - Avancerad nivå, har kurs/er på avancerad nivå som förkunskapskrav

Undervisningsspråk: Engelska

Gäller från: 2022-08-29

Fastställt: 2022-04-20

1. Beslut

Denna kurs är inrättad av dekan 2022-03-28. Kursplanen är fastställd av prefekten vid institutionen för industriell ekonomi 2022-04-20 och gäller från 2022-08-29.

2. Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs genomgångna kurser i Statistik och ekonometri 7,5 hp, Ekonomisk analys av teknologi, teknologisk förändring och strategi 7,5 hp samt Innovation och affärsutveckling 7,5 hp.

3. Syfte och innehåll

3.1 Syfte

Syftet med kursen är att utveckla en grundlig förståelse för kommersialiseringsprocessen, från uppfinning till marknadsinträde inklusive hur man finansierar idéer och innovationer. Tonvikten ligger på att utveckla studentens förmåga att validera sina idéer, analysera marknader och konkurrenter, samt att presentera sina idéer på ett effektivt sätt. Genom kursen utvecklas även studentens förmåga till att bygga och leda ett effektivt team samt att utveckla affärsmässiga och personliga nätverk för en framgångsrik kommersialisering.

3.2 Innehåll

Kursen behandlar följande:

- Kommersialiseringsprocessen och dess nödvändiga steg för att framgångsrikt introducera en teknisk innovation på marknaden
- Validering av idéer genom kundmedverkan
- Marknads- och konkurrentanalyser
- Lean startup och lean produktutvecklingstekniker
- Teambuilding och nätverkande
- Affärsmodeller och affärsplanering
- Finansiering
- Presentation av affärsidéer
- Strategier för tillväxt och exit

4. Lärandemål

Följande lärandemål examineras i kursen:

4.1 Kunskap och förståelse

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

- definiera och förklara nyckelbegrepp inom området
- beskriva den generella kommersialiseringsprocessen
- förklara hur man framgångsrikt bygger ett effektivt team och utvecklar personliga och affärsmässiga nätverk för kommersialisering
- beskriva dynamiken i marknadspotential, juridiska överväganden, ekonomisk bärkraft och resurskrav för kommersialisering av nya produkter och tjänster
- identifiera och beakta lämpliga hållbarhetskriterier och etiska överväganden i beslutsfattandet under kommersialiseringsprocessen

4.2 Färdighet och förmåga

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

- analysera och validera idéer och uppfinningars marknadspotential med hjälp av kundmedverkan och kundutvecklingstekniker
- genomföra enkätstudier samt intervjuer för att validera sina idéer och utveckla en uppskattad kundupplevelse
- utveckla en praktisk affärsmodell för en ny produkt eller tjänst samt utforma en genomförbar plan som inkluderar marknadsanalys, verksamhetsplanering och ekonomisk bärkraft
- skapa och driva ett effektivt team och nätverk för framgångsrik kommersialisering av nya produkter och tjänster
- skapa och presentera en attraktiv pitch för att kommunicera med chefer, investerare och andra intressenter

4.3 Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

- använda de tekniker och modeller som lärts under kursen för att kritiskt utvärdera kommersialiseringssprocessen, identifiera utmaningar och brister samt föreslå lösningar
- kritiskt söka och läsa litteraturen för att rama in, analysera och anpassa kommersialiseringen för olika produkter och tjänster
- bedöma hållbarheten i kommersialiseringssprojekt samt föreslå tekniker och lösningar för att förbättra den hållbara utvecklingen av nya produkter och tjänster

5. Lärsaktiviteter

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier samt diskussioner av fall. Studenterna arbetar både i grupp och individuellt. Kursen examineras kontinuerligt genom de olika kursmomenten.

6. Bedömning och examination

Examinationsmoment för kursen

Kod	Benämning	Omfattning	Betyg
2210	Inlämningsuppgift	1,5 hp	GU
2220	Presentation	2 hp	GU
2230	Rapport	4 hp	AF

Kursen bedöms med betygen A Utmärkt, B Mycket bra, C Bra, D Tillfredsställande, E Tillräckligt, FX Underkänd, något mer arbete krävs, F Underkänd.

I kursstillfallets information inför kursstart framgår i vilka examinationsmoment som kursens lärandemål examineras samt gällande bedömningsgrunder.

Examinator kan, efter samråd med högskolans FUNKA-samordnare, fatta beslut om anpassad examinationsform för att en student med varaktig funktionsvariation ska ges en likvärdig examination jämfört med en student utan funktionsvariation.

7. Kursvärdering

Kursvärdering ska göras i enlighet med BTH:s beslut om frågeställning i kursvärderingar och beslut om process för hantering och uppföljning av kursvärderingar.

8. Begränsningar i examen

Kursen kan ingå i examen men inte tillsammans med annan kurs vars innehåll, helt eller delvis, överensstämmer med innehållet i denna kurs.

9. Kurslitteratur och övriga läresurser

Heidi M. Neck; Christopher P. Neck; Emma L. Murray, "Entrepreneurship: The Practice and Mindset (Latest Edition)", Sage Publication, Inc.

Jerry Schaufeld. "Commercializing Innovation: Turning Technology Breakthroughs into Products (Latest Edition)",

Ytterligare läresurser, såsom vetenskapliga artiklar, rapporter och webbaserat material, tillkommer om maximalt 500 sidor.