



**EMNEBESKRIVELSE**  
**INO1101 Innovasjon**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Semester	2. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kristin Undheim
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studenten skal etter endt emne ha innsikt i innhold og differensiering mellom begreper som innovasjon, entreprenørskap og gründer. Studentene skal ha innsikt i betydningen av forskjeller i innovasjonskilder, innovasjonsdrivere og hindringer, for den innovative ideens potensial.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studenten skal etter endt emne kunne identifisere muligheter og hindringer mot innovasjon ut fra enklere analyser av organisasjonsmessige, markedsmessige og samfunnsmessige forhold.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studenten skal etter endt emne forstå betydningen av innovasjon for å bidra med verdiskapning – for samfunnet og for den som vil starte en virksomhet.</p>
7. Innhold	<p>Fokus i emnet er todelt:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Studentene skal få grunnlaget for en helhetlig forståelse for og verktøy for å analysere utfordringer ved forskjellige innovasjoner</li><li>2. Studentene skal tilegne seg et bredere perspektiv på utviklingstrekk og trender i økonomien, som berører forutsetninger og mulighetsrommet for innovasjon.</li></ol> <p>Det gis et historisk perspektiv på innovasjon og forretningsutvikling og aktuelle utviklingstrender i økonomien mht. Innovasjon. Fruktbare og mindre fruktbare forutsetninger til og tilnærminger til innovasjon. Det vil bli lagt vekt på å utvikle en første forståelse for krefter som hemmer og fremmer innovasjon – både i virksomhetens omverden og internt i virksomhetene.</p> <p>Det legges særlig vekt på å gjennomgå:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ variasjon i innovasjonsmuligheter og drivere for innovasjon</li><li>○ markedsmessig dynamikk i forbindelse med forskjellige typer innovasjoner</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>o entreprenørens rolle i samfunnet samfunnsmessige, organisasjonsmessige, kulturelle og ledelsesmessige betingelser for innovasjon</li></ul>
8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen – både gruppevis og individuelt. Det beregnes en betydelig egeninnsats.
9. Samfunns-/ næringslivskontakt	Undervisningen gjennomføres med praktiske case og besøk av gjesteforelesere som underviser i fagfeltet.
10. Vurdering	Slutteksamen: Individuell 3 timers skriftlig eksamen som vektet 60 % av sluttarakter. Hjelpemidler ikke tillatt. Underveiseksamen: Hjemmeeksamen (i gruppe på inntil 3 personer): Studentene skal utarbeide en prosjektoppgave knyttet til konkrete case. Oppgaven utleveres når emnet starter og innleveres etter undervisningens slutt (ca 9 uker). Vektet med 40 % av sluttarakter.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Aasen, Tone Margrethe Berg og Oscar Amundsen. 2011. <i>Innovasjon som kollektiv prestasjon</i> . Oslo: Gyldendal. ISBN: 9788205409552. Sider: 340. Pris: 420,-  <b>Kompendium for INO1101 Innovasjon selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</b>  Anthony, Scott D. 2012. "The New Corporate Garage." <i>Harvard Business Review</i> . 90(9):44-53  Brown, Tim og Jocelyn Wyatt. 2010. "Design Thinking for Social Innovation" <i>Stanford Social Innovation Review</i> . Winter 2010.  Gladwell, Malcolm Creation Myth. 2011. "Xerox Parc, Apple and the truth about innovation." <i>The New Yorker</i> . May 16  Mulgan, Geoff. 2007 "Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated." The Young Foundation/Saïd Business School: University of Oxford.  Porter, Michael og Mark Cramer. 2011 "Creating Shared Value." <i>Harvard Business Review</i> . 89 (1/2): 62-77
12. Anbefalt litteratur	Drucker, Peter F. 2007. <i>Innovation and entrepreneurship: Practice and principles</i> . 2. utg. Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750685085. (resten av boken) Peters, Tom. 2009. <i>Re-imagine! Business excellence in a disruptive age</i> . London: Dorling. ISBN: 9781405345095.

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.