



NVH 0239 Innovasjon i varehandelen

Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (3. år)

Kursansvarlig

Peder Inge Furseth

Institutt

Innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Kurset presenterer feltet om innovasjon og viser hvordan innovasjon kan implementeres i handelsbedrifter.

Mål

Kurset skal gi studentene en introduksjon til fagfeltet innovasjon og presentere sentrale modeller og typer av innovasjon. Videre skal studentene få oversikt over innovasjon i utvalgte internasjonale handelsbedrifter. Det legges vekt på at studentene kan foreslå hvordan innovasjon kan implementeres i varehandelen.

Forkunnskaper

Studentene må ha kjennskap til internasjonalisering og strategisk ledelse.

Obligatorisk litteratur

Artikler:

Drucker, P.F.. 1985. The discipline of innovation. Harvard Business Review. vol 63, issue 3. 6 sider

Tether, B. Des. 2003. The sources and aims of innovation in services: variety between and within sectors. Economics of Innovation and New Technology. Vol 12, issue 6. 481-505

Annet:

Furseth, Peder Inge. Kompendium i NVH 0239 Innovasjon i varehandelen. Følgende litteratur er satt inn i et kompendium:

Deakins, David. 2003. Entrepreneurship and small firms. 3rd ed. London: McGraw-Hill. Kapittel 1

Freeman, Chris og Luc Soete. 1997. The economics of industrial innovation. 3rd ed. London: Pinter. Kapittel 8, ss. 197-226.

Harvard Business Review 2001. Harvard Business Review on Innovation. Harvard Business School Press. 206 pp.

Herlau, Henrik og Helge Tetzschner. 1999. Fra jobtager til jobmager : model 2. 2. utg.

Fredriksberg: Samfundslitteratur. Ss. 87-118.

Pinchot, Gifford og Ron Pellman. 1999. Intrapreneuring in action: a handbook for business innovation. San Francisco: Berrett-Koehler publ. Ss. 77-102.

Spilling, Olav R. red. 1998. Entreprenørskap på norsk. Bergen-Sandviken : Fagbokforlaget. Kap 5., ss. 95-120, og kap 9, ss. 197-212

Tidd, Joe, John Bessant og Keith Pavitt. 2001. Managing innovation. 2nd ed. Chichester: Wiley. Kapittel 1, Ss. 3-35.

Utterback, James M. 1994. Mastering the dynamics of innovation. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. Kap 3, ss. 57-77.

Wheeler, Steven og Evan Hirsh .1999. Channel champions: how leading companies build new strategies to serve customers. Kap 1 ss. 3-17 og kap 7 ss. 133-144. San Francisco. Calif.: Jossey Bass.

Anbefalt litteratur

Bøker:

Elliot, Steve, red. 2002. Electronic commerce : B2C strategies and models. Chichester: Wiley.

ss. 291-343

Sherwood, Dennis. 2001. Smart things to know about innovation and creativity. Oxford: Capstone

Emneoversikt

- Innovasjon som konkurransestrategi
- Presentasjon av begrepet innovasjon
- Innovasjon som skaping av et nytt marked
- Innovasjon som tilpasning (adaptation)
- Strategisk innovasjon
- Internett som innovasjon
- Organisasjonsstruktur, omgivelser, og typer av innovasjon
- Implementering av innovasjon

Dataverktøy

Internett

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 36 kurstimer med forelesninger, gruppearbeid, studentpresentasjoner.

Eksamen

Kurset avsluttes med en hjemmeksamen på 72 timer som løses i grupper på 1-3 studenter.

Eksamenskode(r)

NVH 02391 - Hjemmeksamen, teller 100% av karakteren i kurset NVH 0239 Innovasjon i varehandelen. 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.