



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2013/2014

BIK 3739 Co-creation - kunden som innovativ medprodusent

Studium

Spesialkurs

Kursansvarlig

Tor Geir Kvinen

Institutt

Institutt for ledelse og organisasjon

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Hvordan skaper organisasjoner verdier sammen med andre? Co-creation er når to eller flere interessenter foretar samskaping av produkter, tjenester og opplevelser for å skape merverdi og innovasjon. Hvorfor ikke benytte seg av teknikker som Lego, Wikipedia, Nike, Dyreparken og andre benytter seg av? Gjennom verktøy og metoder i co-creation inviteres aktive brukere og omgivelsene inn som samarbeidspartnere. Det skapes merverdi for flere parter via nye former for interaksjon, opplevelser og læringsmekanismer.

Alle bransjer har i økende grad fokus på medarbeider- og kundeorientering. I mange sammenhenger er kundene eller brukerne medprodusent og foretar innovasjon av produkter, tjenester og opplevelser. Organisasjonen må tilrettelegge for samskaping med sine omgivelser. Lego var for noen år siden nær konkurs, men har gjennom aktiv kundeinvolvering og innovering blitt ett selskap med vekst og milliardoverskudd. Det finnes en rekke eksempler på internasjonale, nasjonale og regionale bedrifter som benytter co-creation.

Kurset har en teoretisk, forskningsmessig og praktisk tilnærming til co-creation fra lederskap, medeierskap til bruker- og interessentinvolvering.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studentene skal tilegne seg kompetanse om co-creation gjennom teorier, modeller og metodiske begreper og gjennom praktisk utøvelse av co-creation. Studentene skal opparbeide forståelse for hvor og hvordan virksomheten kan foreta co-creation med sine brukere, kunder, gjester og andre interessenter.

Ferdighetsmål

Studentene skal kunne anvende co-creation gjennom teorier, begreper, prosesser og praksis for økt innovasjon og kundetilfredshet.

Holdningsmål

Kurset skal utvikle forståelse om forskningmessig og praktisk nytte av co-creation som verktøy.

Forkunnskaper

Ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Prahalad, C.K. & Venkat Ramaswamy. 2004. The future of competition : co-creating unique value with customers. Harvard Business School Press

Artikkelsamling:

Kvinen, Tor Geir. 2012. Artikkelsamling Co-creation

Anbefalt litteratur

Bøker:

Andreassen, Tor Wallin. 2006. Serviceledelse : planlegging og styring av sannhetens øyeblikk. 5. utg. Gyldendal akademisk

Bowijik, Albert, Thomas Thijssen, Ed Peelen. 2007. The experience economy : a new perspective. Pearson Education

Gilmore, James H., B. Joseph Pine. 2007. Authenticity : what consumers really want. Harvard Business School Press

Mossberg, Lena M. 2007. Å skape opplevelser : fra OK til WOW!. Fagbokforlaget

Prahalad, C.K. & M.S. Krishnan. 2008. The new age of innovation : driving cocreated value through global networks. Mc-Graw-Hill

Scharmer, Claus Otto. 2011. Teori U : lederskap som åpner fremtiden : mot en ny sosial teknologi presencing. Ankerhus

Emneoversikt

Introduksjon og begreper

- Fra råvarer til produkter, service, opplevelser og transformasjoner
- Ulike typer co-creation med praktiske eksempler
- Co-creation design
- Nye former for interaksjon, service og læringsmekanismer

Human Resource og co-creation

- Organisasjonsstruktur og design
- Roller for co-creation
- Co-creationkjeden lederskap, medarbeiderskap og brukerskap
- Co-creation kulturr
- Co-creation og innovasjon
- Brukerinvolvering og brukerinnvovasjon
- Samskapende innovasjon i nettverk

Verktøy for co-creation

- Sosiale medier, websider, blogger, mv.
- Kommunikasjonsverktøy

Effekter av co-creation:

- Kundetilfredshet og kundelojalitet
- Ledelse- og medarbeidertilfredshet
- Innovasjon
- Merkevarer og omdømme
- Økonomi

Presentasjon og tilbakemelding på prosjektoppgaven

Dataverktøy

Deltakerne vil få tilgang til materiell fra dataverktøyet Its Learning.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset omfatter totalt 45 timer fordelt på forelesninger, litteraturstudier, veiledning og arbeid med prosjektoppgave. Kurset anbefales arrangert i moduler med tre samlinger av 2 dager, men kan også gjennomføres med enkelt dager. Gjennomføringen skjer med forelesning, diskusjon, prosjektarbeid, studentpresentasjoner og veiledning i forbindelse med prosjektoppgaven.

Studentene kan individuelt eller i grupper på inntil tre studenter jobbe med en selvvalgt organisasjon relatert til co-creation. Retningslinjer og krav til prosjektarbeidet vil deles ut ved kursets begynnelse. Hensikten er å skape et aktivt samskapende læringsmiljø rundt konkrete co-creation problemstillinger.

Anbefalt tidsforbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisning	39
Deltagelse på studentpresentasjoner	6
Selvstudie og gruppearbeid	70
Prosjektoppgave og øvelsesoppgaver	85
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Eksamen

En prosjektoppgave på maksimalt 20 sider som teller 100 % for å oppnå karakter i kurset, 7,5 studiepoeng. Oppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode(r)

BIK 37391 - Prosjektoppgave. Eksamen teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset BIK 3739, 7,5 studiepoeng

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring.

Tilleggsinformasjon