



LUNDS
UNIVERSITET

KSMA61, Innovationer och tjänsteutveckling inom hälsoorganisationer, 15,0 högskolepoäng

Innovations and Development of Service in Health Organisations, 15.0 credits

Grundnivå/First Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management 2012-10-16 att gälla från och med 2013-01-01.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100%

Ansvarig institution: Inst för Service Management

2. Allmänna uppgifter

Kursen ingår inte i ett huvudområde. Kursen ingår i kandidatprogrammet i Service Management och är den tredje inriktningsspecifika kursen inom Health Management och ges sjätte terminen.

3. Mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna

- beskriva vad som kan driva såväl som hindra innovationer och tjänsteutveckling inom hälsoorganisationer,
- problematisera och ge olika perspektiv på begreppet värdeskapande,
- analysera vilka roller olika aktörer som organisationer, kunder och partners kan spela för möjliggörande av värdeskapande,
- förklara komplexa samband mellan marknad, omvärld och affärsmöjligheter för att förstå hur innovationer och tjänsteutveckling möjliggörs,
- värdera och välja lämpliga strategier för hur innovationer och tjänsteutveckling kan drivas utifrån olika situationer och
- visa förmåga att i grupp med hjälp av en affärsplan visa hur en tjänsteidé kan planeras, finansieras och genomföras.

4. Innehåll

Syftet med kursen är att studenten ska utveckla kunskap och förståelse för hur idéer till värdeskapande utvecklas, genomförs och marknadsförs inom hälsosektorn. Vidare ingår att kunna förstå och tillämpa olika perspektiv på begreppet värdeskapande.

Kursens första moment är en genomgång av olika teorier kring värdeskapande och affärsutveckling. I dessa ingår kreativitet, utveckling och spridning av innovationer. Därefter introduceras olika teorier och modeller för hur organisationer kan förhålla sig till marknader och omvärld. Vidare sker en fördjupning i entreprenörskap och intraprenörskap. Samtidigt med genomgång av teorier undersöker, analyserar och beskriver studenten hur en organisation inom hälsosektorn arbetar praktiskt med värdeskapande och affärsutveckling. Momentet omfattar 8 hp.

I kursens andra moment bildar teorierna och kunskapen från organisationerna som undersökts i kursens första del utgångspunkt för ett projektarbete. I projektarbetet utvecklas och beskrivs en egen tjänsteidé med hjälp av en affärsplan. Till sist gäller det att kunna argumentera för tjänsteidén och kommunicera den såväl skriftligt som muntligt. Momentet omfattar 7 hp.

5. Undervisning och examination

Undervisningen sker i form av föreläsningar och seminarier. Deltagande i gästföreläsningar och seminarier är obligatoriskt.

Kursen examineras genom individuell inlämningsuppgift (moment 1) och projektarbete i grupp (moment 2).

I samband med kursen erbjuds tre inlämningstillfällen: ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst ytterligare två prov på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare prov men i enlighet med då gällande kursplan.

6. Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd.

För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen.

För betyget väl godkänd krävs att lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda.

7. Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten fullgjort kursfordringarna för den andra inriktningsspecifika kursen inom kandidatprogrammet i Service Management, Health Management.

8. Litteratur

Se bilaga.

9. Övrigt

Undervisningsspråk: Svenska.

Litteraturlista för Innovationer och tjänsteutveckling inom hälsoorganisationer, 15 hp (KSMA61)

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för Institutionen för service management 2012-10-16, reviderad senast 2012-11-30.

Litteraturlistan gäller from 2013-01-01.

- Grönroos, Christian. (2008). Service-dominant logic revisited: Who creates value? And who co-creates? *European Business Review*, Vol. 20 No 4, pp. 298–314.
- Helkkula, Anu, Carol Kelleher & Minna Pihlström (2012), Characterizing Value as an Experience, *Journal of Service Research*, 15 (1), 59-75.
- Hultman, Johan & Corvellec, Hervé. (under submission) Managing the politics of value creation.
- Jenssen, Tommy & Sandström, Johan. (2012), Organisation och ansvar. Om hur organisatoriska processer hindrar ansvarstagande. Malmö: Liber [146 sidor. ISBN: 9789147097777]
- Kubr, Thomas. Ilar, Daniel & Marchesi, Heinz. (2005). *Affärsplanering: En handbok för nya tillväxtföretag*. Göteborg: McKinsey & Co. [289 sidor. ISBN 9170920427]
- Landström, Hans & Löwegren, Marie. (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering: Från idé till verklighet*. Lund: Studentlitteratur. [453 sidor. ISBN10: 914402147X]
- McCull-Kennedy, Janet R., Vargo, Stephen, R., Dagger, Tracey S., Sweeney, Jillian C & van Kasteren Yasmin. (2009). Health Care Customer Value Cocreation Practice Styles, *Journal of Service Research* Vol. 15 No.2, pp. 370-389.
- Nordgren, Lars. (2009). Value creation in health care services: Developing service productivity. Experiences from Sweden. *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 22, No. 2, pp.114-127.
- Nordgren, Lars. (2011). Healthcare matching - Conditions for developing a New Service System in Healthcare. *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol.3 Nr 3, pp. 304-318.
- Normann, Richard. (2001). *När kartan förändrar affärslandskapet*. Malmö: Liber. [372 sidor. ISBN 91-47-06282-7]
- Normann, Richard & Ramírez, Rafael. (1993). Designing interactive strategy: From value chain to value constellation. *Harvard Business Review*, Vol. 71 (4):pp. 65-77.
- Prahalad, Coimbatore Krishnarao & Ramaswamy, Venkat. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18, No 3, pp. 5-14.
- Ramírez, Rafael. (1999). Value co-production: Intellectual origins and implications for practice and research. *Strategic Management Journal*, 20:pp. 49-65.
- Vargo, Stephen & Lusch, Robert. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 68 (January 2004), pp. 1-17.
- Zwick, Detlev, Bonsu, Samuel & Darmody, Aron. (2008). Putting consumers to work: 'Co-creation' and new marketing govern-mentality. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8 No 2, pp. 163-196.

Totalt antal sidor: ca 1500