

Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

Innovationsmanagement

Wahlpflichtmodul | Profil: Innovation und Nachhaltigkeit

| | |
|--|--|
| Lehrende*r | Dr. Martina Weifenbach myndway |
| Inhalte | <p>Innovationsmanagement bedeutet kontinuierlich aus einer unternehmerischen Perspektive auf die Organisation zu blicken. Denn um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Unternehmen – im Kontext des digitalen Wandels mehr denn je – nicht nur permanent an der Weiterentwicklung bestehender Produkte und Dienstleistungen arbeiten, sondern auch neue Angebote schaffen und auf den Märkten durchsetzen sowie ihre internen Prozesse ständig neu gestalten.</p> <p>In diesem Modul werden zunächst die Grundlagen des Innovationsmanagements vermittelt: Was bedeutet Innovation? Welche internen und externen Einflussfaktoren beeinflussen Innovationsprozesse? Was kennzeichnet ein Innovationssystem? Wie wird das Management von Innovationsprozessen sinnvoll gestaltet? Im Anschluss daran liegt der Fokus auf Geschäftsmodellen und deren Entwicklung: Was sind zentrale Elemente eines Geschäftsmodells? Wie ist der Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie und Geschäftsmodell? Welche nachhaltigen Geschäftsmodelle gibt es und was können wir davon lernen? Was sind Barrieren – insbes. kognitive Barrieren - in der Geschäftsmodellentwicklung? Welche Methoden und Techniken helfen diese Barrieren zu überwinden und innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln? Welche erfolgreichen Geschäftsmodellmuster lassen sich identifizieren?</p> |
| Lernergebnisse | <p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmenden</p> <ul style="list-style-type: none"> — die Grundlagen und Bedeutung von Innovation sowie Innovationsmanagement einordnen. — die Besonderheiten des Managements von Innovationen verstehen. — die wichtigsten Einflussfaktoren auf Innovationsprozesse analysieren. — die Grundphilosophie von Geschäftsmodellen nachvollziehen. — die (strategische) Bedeutung der einzelnen Bestandteile eines Geschäftsmodells erkennen und beurteilen. — bestehende Geschäftsmodelle und deren jeweiliges Erfolgspotential mit Hilfe des Business Model Canvas (BMC) analysieren. — Mit kognitiven Barrieren in der Geschäftsmodellentwicklung umgehen. — erste Entwürfe eines (nachhaltigen) Geschäftsmodells entwickeln. |
| Lehrformen | Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), (virtuelles) Präsenzstudium, transferorientierte Projektarbeit |
| Teilnehmerzahl | max. 25 Teilnehmende |
| Voraussetzungen | Keine |
| Verwendbarkeit des Moduls | Wahlpflichtmodul |
| Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten | <ul style="list-style-type: none"> — Regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenz-/Online-Workshops — Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Lernaktivitäten und praxisorientierte Projektarbeit |
| Kreditpunkte und Noten | Kreditpunkte: 10 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0 |
| Häufigkeit des Angebots | Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten. |
| Arbeitsaufwand | Gesamt: ca. 300 Std. (Inputphase: ca. 90 Std.; Transferphase: ca. 120 Std.; Ergebnisphase: ca. 40 Std.; Abschlussphase: ca. 50 Std.) |
| Dauer | ca. 26 Wochen |
| Termine | <p>Modulbeginn (online): 27.10.2022 Onboarding (online): 02.11.2022 Präsenzphase I: 09./10.12.2022 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.30h) Online-Meetups: 17.01.2023 (Di. 18.00-19.30h), 08.02.2023 (Mi. 18.00-19.30h) Präsenzphase II: 10./11.03.2023 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.30h) Nachbereitungphase und Modulabschluss bis: 06.04.2023</p> |
| Gebühr | 890,00 Euro |