

Innovationsmanagement

Modulcode: DLBEPWIP1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mirko Bendig (Innovationsmanagement)

Kurse im Modul

- Innovationsmanagement (DLBEPWIP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung <u>Studienformat: Fernstudium</u> Klausur, 90 Minuten	Teilmodulprüfung
---	-------------------------

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Innovation verstehen
- Innovation planen
- Innovation entwickeln
- Innovation am Markt durchsetzen
- Anwendungs- und Fallbeispiele aus dem Innovationsmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Innovationsmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Innovation als Impulsgeber für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie für die Neugründung oder Weiterentwicklung eines Unternehmens zu erläutern.
- die Gestaltung einer Innovationsstrategie zu beschreiben und die verschiedenen Organisationsformen der Innovationsfunktion zu erklären.
- zu verstehen, wie wichtig eine förderliche Innovationskultur ist und wie das Innovationsmanagement als Teil des strategischen Managements gestaltet wird.
- die wichtigen Schritte zu analysieren und zu konzipieren, die ein erfolgreicher Innovationsprozess beinhaltet.
- die Elemente einer kreativen Innovationsentwicklung und einer anschließenden Innovationsbewertung sowie -auswahl zu erläutern.
- die Markteinführung einer Innovation zu beschreiben.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Innovationsmanagement

Kurscode: DLBEPWIP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Innovationsmanagement hat eine hohe Relevanz für den Unternehmenserfolg. Den Studierenden wird ein Grundverständnis für das Innovationsmanagement und seine Bedeutung aus volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Sicht vermittelt. Neben den Gestaltungsoptionen der Innovationsstrategie, der Innovationsfunktion und -organisation sowie der Innovationskultur in einem Unternehmen werden die Phasen des Innovationsprozesses detailliert vorgestellt und innerhalb des strategischen Managements und der Produktpolitik eingeordnet. Für jede Phase des Innovationsprozesses werden konkrete Instrumente vorgestellt sowie deren Vor- und Nachteile diskutiert. Nach der Diskussion ausgewählter Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung werden mit dem Lead User Ansatz, den Open Innovation Ansätzen und der Conjoint Analyse Methodik zentrale Ansätze zur Ideenkonkretisierung behandelt. In der Phase der Innovationsbewertung werden Studierende mit Instrumenten wie z.B. Scoringmodellen vertraut gemacht. Abschließend wird ein Verständnis für die Durchsetzung von Innovationen auf dem Markt als letzte Phase des Innovationsprozesses vermittelt sowie vier konkrete Fallbeispiele zur Anwendungsbeschreibung erläutert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Innovation als Impulsgeber für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie für die Neugründung oder Weiterentwicklung eines Unternehmens zu erläutern.
- die Gestaltung einer Innovationsstrategie zu beschreiben und die verschiedenen Organisationsformen der Innovationsfunktion zu erklären.
- zu verstehen, wie wichtig eine förderliche Innovationskultur ist und wie das Innovationsmanagement als Teil des strategischen Managements gestaltet wird.
- die wichtigen Schritte zu analysieren und zu konzipieren, die ein erfolgreicher Innovationsprozess beinhaltet.
- die Elemente einer kreativen Innovationsentwicklung und einer anschließenden Innovationsbewertung sowie -auswahl zu erläutern.
- die Markteinführung einer Innovation zu beschreiben.

Kursinhalt

1. Innovation verstehen
 - 1.1 Grundlagen des Innovationsmanagements
 - 1.2 Volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung von Innovationen
 - 1.3 Merkmale von Innovationen
 - 1.4 Innovationsarten
 - 1.5 Erfolgsfaktoren von Innovationen
2. Innovation planen
 - 2.1 Definition und Entwicklung von Innovationsstrategien
 - 2.2 Organisation der Innovationsfunktion
 - 2.3 Verschiedene Organisationsformen des Innovationsmanagements
 - 2.4 Gestaltung einer Innovationskultur und Förderung von Intrapreneurship
 - 2.5 Rolle und Funktion des Innovationsmanagers
3. Innovation entwickeln
 - 3.1 Konzepte und Modelle verbreiteter Innovationsprozesse
 - 3.2 Vor- und Nachteile der Innovationsprozessmodelle
 - 3.3 Impulse und Ideengenerierung für Innovationen
 - 3.4 Lead User und Open Innovation Ansätze
 - 3.5 Ideenbewertung und -auswahl
4. Innovation am Markt durchsetzen
 - 4.1 Operative Umsetzung der Innovation
 - 4.2 Innovationsmarketing
 - 4.3 Markteinführung
 - 4.4 Schutzrechte
5. Anwendungs- und Fallbeispiele aus dem Innovationsmanagement
 - 5.1 Innovationsprozess aus der Praxis
 - 5.2 Digitales Innovationsmanagement
 - 5.3 Innovation Lab
 - 5.4 Start-up Accelerator / Incubator

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Corsten, H./ Gössinger, R./Schneider, H./Müller-Seitz, G. (2016): Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Gassmann, O./Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Carl Hanser Verlag GmbH Co KG, München.
- Hauschildt, J./Salomo, S./Schultz, C./Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, 6. Auflage, Vahlen, München.
- Vahs, D./Brem, A. (2015): Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien