

Modul: Innovationsmanagement

Kennziffer:	SIM5860
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Claus Lang-Koetz claus.lang-koetz@hs.pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W1.4.051
Fachgebiet:	Interdisziplinär
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 55 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 25 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 46 Stunden Seminararbeit
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Seminararbeit (max. 10 Seiten)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Im Rahmen der Veranstaltung werden Konzepte und Methoden des Innovationsmanagements und deren Anwendung im Unternehmen vermittelt. Die Studierenden lernen, wie ein praxistaugliches Innovationsmanagement aufgebaut ist und welche Methoden dabei genutzt werden können. Dies umfasst Tätigkeiten der strategischen Planung, der Generierung neuer Ideen, deren Bewertung, der Auswahl von Ideen und schlussendlich deren Umsetzung in marktfähige Produkte und Verfahren.

Dabei wird eine umfassende Perspektive vermittelt: Schwerpunkte liegen auf der Ermittlung von Impulsen für Innovationen (unter Berücksichtigung von Open Innovation-Ansätzen und Kooperationen mit anderen Organisationen), auf Umgang mit und Umsetzung von Innovationsideen im Unternehmen (Bewertung, Auswahl, technische Ideenumsetzung und Markteinführung sowie geeigneter Prozesse) und einer strategischen Betrachtung (unter Berücksichtigung von Megatrends und Zukunftsszenarien).

Weiterhin wird dargestellt, welche Rolle Geschäftsmodelle bei der Entwicklung von Innovationen spielen und welche Aspekte zu berücksichtigen sind, um Nachhaltigkeit als wichtiges Zukunftsthema in das Innovationsmanagement zu integrieren.

Neben der Vermittlung von Konzepten, Prozessen und Methoden werden praktische Übungen, Gruppendiskussionen und der Erarbeitung von Fallstudien durchgeführt und gezielt die kritische Auseinandersetzung mit dem Thema gesucht.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die Grundlagen des Innovationsmanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse,
- ✓ wissen, welchen Beitrag Kreativität und Offenheit für neue Themenfelder und Ideen auf der einen Seite und ein gut strukturiertes methodisches Vorgehen auf der anderen Seite für erfolgreiche Innovationen leisten können,
- ✓ erlangen Einblicke in die vom Innovationsmanagement im Unternehmen tangierten Themen und Fachgebiete (z.B. Marketing, Produktion, Entwicklung) und lernen deren Perspektive auf das Thema kennen,
- ✓ beherrschen die Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel ausgewählter Problemstellungen aus der Praxis,
- ✓ können unterschiedliche Perspektiven auf das Thema einnehmen, um in der Praxis fallspezifisch Methoden und Konzepte auswählen und anwenden zu können.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden			
		Wählen Sie Prüfungsmethode 1	Wählen Sie Prüfungsmethode 2	Wählen Sie Prüfungsmethode 3	
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	30%	35%	30%	
		Einzeelleistung	Gruppenleistung	Einzeelleistung	
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen					
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	die Grundlagen des Innovationsmanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse darzustellen die wissenschaftlichen Zusammenhänge im Innovationsmanagement und auch zu anschließenden Fachgebieten darzustellen geeignete Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements für das Innovationsmanagement auszuwählen und anzuwenden	x x	 x	x x	
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	beherrschen die Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel ausgewählter Problemstellungen aus der Praxis		x	x	
1.3 ...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren.	die Anwendbarkeit der erlernten Konzepte, Methoden und Prozesse am Beispiel von Anwendungsbeispielen aus Unternehmen kritisch einzuordnen einzuordnen, was einerseits Beitrag Kreativität und Offenheit für neue Themenfelder und Ideen und andererseits ein gut strukturiertes methodisches Vorgehen auf der anderen Seite für erfolgreiche Innovationen leisten können,		x x	x x	
1.4 ...aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln.	verantwortungsvoll Handlungsoptionen abzuleiten auf Basis einer wissenschaftlich-kritischen Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Innovationsmanagement		x		
2 Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld					

2.1	...Herausforderungen für das Strategische Innovationsmanagement zu erkennen.	auf Basis der erlernten Konzepte, Methoden und Prozess zu erarbeiten, inwiefern das Innovationsmanagement in einem Unternehmen verbessert werden muss		x	x
2.2	...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	Problemstellungen entlang des Innovationsprozesses untersuchen		x	x
2.3	...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln.	geeignete Konzepte incl. Methoden und Prozesse vorzuschlagen, mit denen ein Unternehmen sein Innovationsmanagement verbessern kann		x	x
2.4	...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren um umzusetzen.	Lösungsvorschläge klar darzustellen		x	x
4	Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten				
4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	erarbeitete Praxisvorschläge gut zu erläutern, zu visualisieren und zu präsentieren		x	x
4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	Im Team Lösungsvorschläge für wissenschaftliche Fragestellungen und Praxisprobleme zu erarbeiten		x	

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit	Lehrform
Teil 1: Einführung und Grundlagen des Innovationsmanagements Teil 2: Innovationsanstoß und Ideengewinnung (Auslöser für Innovationen, Nutzer und deren Bedürfnisse, Ideengewinnung, Kreativität und Kreativitätstechniken, Design Thinking und Open Innovation) mit Gruppenarbeiten / interaktiven Übungen	PE
Ideenbewertung und –Auswahl (Zielsetzung, Ideenbewertung in der Praxis, qualitative und quantitative Methoden, Praxisbeispiel, Ideenauswahl)	OE 1
Zukunftsthemen (Warum ist die Zukunft so wichtig?, Megatrends und Zukunftsthemen, Technologietrends, Szenariotechnik)	OE 2
Innovationsstrategie (Strategie und Innovationsstrategien: Grundlagen, Methoden: Umfeldanalyse, Benchmarking, SWOT, Lebenszyklusbetrachtung für Technologien und Produkte, Portfolio-Ansätze, Technology-Readiness-Level)	OE 3
Teil 1: Ideenumsetzung und Marketingeinführung (Produktentwicklung / technische Ideenumsetzung, Markteinführung und Innovationsmarketing, Methoden zur Organisation der Ideenumsetzung) Teil 2: Einführung in die Fallstudienarbeit	OE4

Diskussion der Ergebnisse aus den Übungen, Ideen- und Erfahrungsaustausch	VC
Organisation der Innovationsfunktion (idealisierte Innovationsprozess, unterschiedliche Perspektiven auf den Innovationsprozess, Stage Gate-Innovationsprozess, Eingliederung des Innovationsmanagements, Rollen im Innovationsprozess, Innovationskultur)	OE 5
Teil 1: Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement (Einführung: Nachhaltigkeit und Unternehmen, Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement, Nachhaltigkeitstrends im Unternehmensumfeld, Lösungen komplett neu denken, Auswirkungen gezielt analysieren) Teil 2: Neuartige Geschäftsmodelle (Einführung und Beispiele, der Business Model Canvas, St. Gallen Business Model Navigator)	OE 6
Präsentation und Diskussion der in den Gruppen bearbeiteten Fallstudien, Gruppenarbeit an einem Fallbeispiel mit den Methoden Value Proposition Canvas und Business Model Canvas: Verstehen der Kund*innen, Ideengenerierung mit Hilfe alternativer Geschäftsmodelle, Entwicklung eines neuartigen Geschäftsmodells, kollegiale Fallberatung („reale Fallstudie“ aus dem Kreis der Teilnehmenden)	PE

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Das Thema Nachhaltigkeit als integrative Betrachtung von Ökonomie, Ökologie und Sozialem wird dabei als Querschnittsthema betrachtet, aber in OE6 dediziert behandelt.

Lehr- und Lernkonzept

Das Masterprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Spath, D. et al: Technologiemanagement. Grundlagen, Konzepte, Methoden.
- Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Wiley.
- Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung.
- Osterwalder / Pigneur: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer