



# innovations- management.

Wettbewerbsvorteile durch Strategie,  
Kreativität und Nachhaltigkeit

## SHORT FACTS

- Start: Wintersemester 2018
- Dauer: 16 Tage
- ECTS: 20
- Sprache: Deutsch
- Teilnahmeentgelt: EUR 4.490,-
- Anrechenbar auf Executive Master-Studiengänge

### **einführung.**

Die Märkte sind zunehmend gesättigt. Die Innovationszyklen werden kürzer. Die Kundenbedürfnisse und -anforderungen verändern sich laufend. Der Wettbewerb ist global und wird zunehmend intensiver. Auf diese Entwicklungen müssen nicht nur Großunternehmen reagieren. Vor allem Klein- und Mittelunternehmen stehen vor der Herausforderung, diese Dynamik durch konsequente Innovationsorientierung für eigene Wettbewerbsvorteile zu nutzen.

Um diesen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen, hat das MCI in enger Zusammenarbeit mit einer Reihe kompetenter Partner den Zertifikats-Lehrgang für Innovationsmanagement entwickelt, der internationalen Ansprüchen genügt.

### **zielgruppen.**

Der Zertifikats-Lehrgang Innovationsmanagement bietet eine attraktive Möglichkeit der berufsbegleitenden Aus- und Fortbildung für Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aller Managementebenen, die

- in Unternehmen, sonstigen betrieblichen Organisationen oder in der öffentlichen Verwaltung tätig sind;
- unternehmensnahe Dienstleistungen ausüben;
- Führungserfahrung besitzen oder eine Führungsfunktion anstreben;
- das Ziel verfolgen, bestehende Positionen professioneller auszuüben oder sich für neue, höherwertige Aufgaben besser zu qualifizieren.

Der gegenständliche Zertifikats-Lehrgang richtet sich insbesondere an Personen, die mit folgenden Aufgaben betraut sind bzw. sich auf derartige Aufgaben besser vorbereiten möchten:

- Forschung und Entwicklung
- Technologiemanagement
- Risikomanagement und Risikofolgenabschätzung
- Produktentwicklung
- Produktmanagement / Marketing
- Unternehmensgründung / Start-Up
- Allgemeine Unternehmensführung

### **ziele / nutzen.**

Nach Absolvierung des Zertifikats-Lehrgangs sind Sie in der Lage, neue Trends und Technologien frühzeitig zu erkennen und können deren Bedeutung für das eigene Unternehmen abschätzen. Sie verfügen über ein methodisches Instrumentarium, um Innovationsprozesse von der Idee bis zur Umsetzung zu managen. Das erworbene Know-how befähigt Sie, den immer rascheren gesellschaftlichen, technologischen und vor allem wirtschaftlichen Wandel als Führungskraft aktiv zu nutzen und das Portfolio Ihres Unternehmens und dessen Innovationskultur strategisch weiterzuentwickeln.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf die von der internationalen Akkreditierungsagentur FIBAA mit Premiumsiegel ausgezeichneten und in Zusammenarbeit mit renommierten Partneruniversitäten angebotenen Master-Studiengänge MBA und MSc angerechnet werden.

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
<b>TRENDS</b>	1	<b>BUSINESS MODEL INNOVATION*</b>	2
Kurze Einführung ins Innovationsmanagement		Relevanz von Geschäftsmodellinnovationen und Fallbeispiele	
Trends identifizieren		Geschäftsmodelle: Definition und konzeptionelle Grundlagen	
Trends als Inspiration		Geschäftsmodellinnovationen: 3 Typen	
Arbeiten mit einer Trend Datenbank		Strategische Tools zur Generierung und Bewertung von Geschäftsmodellideen	
Arbeiten mit den Trend Canvas		Geschäftsmodellinnovationen in der Unternehmenspraxis: Erkenntnisse einer branchenübergreifenden Studie	
<b>IDEENMANAGEMENT*</b>	1	Management des Wertangebots	
Ideenentwicklung und -sammlung in der frühen Phase des Innovationsprozesses		Management der Wertschöpfungsarchitektur	
Was ist Kreativität? Wann sind wir kreativ? Kann man Kreativität „planen“?		Management des Kosten- und Erlösmodells	
Fehlerkultur und Kreativität		Besondere Facetten:	
Regeln zur Planung von Ideenentwicklungs-Workshops und Umgang mit „schwierigen“ Teilnehmern		· Digitalisierung und Geschäftsmodellinnovationen	
Vermittlung und eigenes Ausprobieren von Kreativitätstechniken zur Ideenentwicklung, mit Schwerpunkt auf einfach anwendbare und praxisnahe Methoden		· Soziale Geschäftsmodelle	
Tipps zur Schaffung kreativitätsfördernder Rahmenbedingungen im Unternehmen		· Hybride Geschäftsmodelle	
<b>INNOVATIONSKULTUR &amp; FÜHRUNG</b>	2	<b>DIGITALISIERUNG</b>	2
Leadership und Organisationsentwicklung		Unternehmerische Ansätze zur Digitalisierung von Prozessen	
· Leadership in integralen und evolutionären Organisationen		Potenzial zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle	
· Postmoderne Transformation		Digitalisierung im Innovationsprozess und unternehmerische Umsetzung	
· Umgang mit Widerstand		Bedeutung der Digitalisierung für alle Aspekte der Nachhaltigkeit	
Selbstmanagement und Teambuilding		Herausforderungen für Unternehmensführung und Organisation	
· Komfortzone & Lernmodell		<b>BRANDING &amp; VERMARKTUNG</b>	1
· Innovationskompetenz entwickeln		Vermittlung eines differenzierenden Verständnisses des Begriffs Branding	
· Teamübungen und Kreativitätstechniken		Einführung in die Prinzipien des Brand Managements	
Führen von Teams & Kompetenzmanagement		Die Rolle von markenspezifischen Kontaktpunkten für die zielgerichtete Vermarktung	
· Leading Complexity - Handlungsmodelle		Prinzipien zur Führung und Entwicklung markenspezifischer Kontaktpunkte	
· Innovationsberatung und Innovationscoaching		Wesentliche Elemente des Managements von Kontaktpunkten	
Umgang mit Komplexität und Dynamik		Kontaktpunktinnovationen im digitalen Zeitalter	
· VUCA Resilienz		<b>MANAGEMENT VON INNOVATIONSPROZESSEN</b>	1
· Integrale Entwicklungsperspektive		Innovationen im organisationalen Fokus	
· Das 4-Quadranten Modell		Aufbau einer Unterstützungsumgebung für nachhaltige Innovationen	
· Spiral Dynamics®		Design von Innovationsprozessen	
· Theorie U		Impulse zur Aktivierung einer funktionierenden Innovationsumgebung	
<b>INNOVATIONSSTRATEGIEN</b>	2	<b>NACHHALTIGKEIT</b>	1
Innovationslogiken: Einführung & Definition		Aktuelle Konzepte der Nachhaltigkeit und Relevanz für Unternehmen	
Entwicklung innovativer Lösungen		Betriebswirtschaftliche Bedeutung von ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit für Unternehmen	
Der Weg zur innovativen Organisation: Strategien, Modelle, Konzepte		Möglichkeiten der Umsetzung und Erarbeitung des Erfolgspotenzials	
Umgang mit Innovationen		Gesellschaftliche Chancen und Herausforderungen	
<b>DESIGN THINKING &amp; INNOVATION LAB*</b>	3	Möglichkeiten der innerbetrieblichen Entwicklung und Umsetzung	
Design Thinking als nutzerzentrierter Innovationsansatz um von Bedürfnissen zu Lösungen zu kommen		Wie wird „Shared Value“ erzeugt?	
Kennenlernen von Design Thinking Werkzeugen und deren Umsetzung		Wo liegen Chancen (geschäftlich und gesellschaftlich) für Soziale Innovationen, wo die Fallstricke?	
Durchlaufen der unterschiedlichen Phasen eines Design Thinking Prozesses anhand konkreter Aufgabenstellungen			
· Empathize/Define – Anwendung von Explorationsmethoden			
· Ideate – Anwendung von Kreativitätstechniken			
· Prototype – Anwendung von Prototypingmethoden			
· Test – Anwendung von Evaluierungsmethoden			
<b>10 MODULE · 16 PRÄSENZTAGE* · 20 ECTS</b>			

\*exkl. Vor- und Nachbereitung, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeit, Abschlussarbeit, u.ä.

## dozenten (auszug).

**FH-Prof. PD Dr. Bernd Ebersberger**

MCI Leiter F&E Services, Fachbereichsleiter Studiengänge  
Wirtschaft & Management und International Business, Inns-  
bruck / Tirol

**Philipp Kazianka, M.A.**

Consultant Institute of Brand Logic, Innsbruck / Tirol

**Mag. Verena Kuen**

Gründerin 1030 Innovation Consulting, Wien / Österreich

**Dipl.-Soz.-Päd. (FH) Christian Leiß, MSc**

Inhaber Integra - CoCreativ Miteinander, Innsbruck / Tirol

**Prof. Dr. Thomas Osburg**

Professor für Sustainable Marketing & Leadership, Studien-  
gangsleiter Automotive & Mobility Management an der  
Fresenius Business School, München / Deutschland

**FH-Prof. Dr. Oliver Som**

MCI Hochschullektor & Fachbereichsleiter Innovations-  
management, Studiengang Wirtschaft & Management,  
Innsbruck / Tirol

**Univ.-Prof. Dr. Patrick Spieth**

Leiter des Fachgebiets Technologie und Innovationsmanage-  
ment an der Universität Kassel / Deutschland

**Mag. (FH) Patricia Stark, MBA**

Partnerin SPLEND solution design, Engerwitzdorf / Österreich

## wissenschaftliche leitung / wissenschaftlicher beirat.



PD FH-Prof. Dr. Bernd Ebersberger



Prof. Dr. Thomas Osburg