

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
TRENDS	1	BUSINESS MODEL INNOVATION*	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	
IDEENMANAGEMENT*	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	
INNOVATIONSKULTUR & FÜHRUNG	2	DIGITALISIERUNG	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		BRANDING & VERMARKTUNG	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		MANAGEMENT VON INNOVATIONSPROZESSEN	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	
INNOVATIONSTRATEGIEN	2	NACHHALTIGKEIT	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	
DESIGN THINKING & INNOVATION LAB*	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			
10 MODULE · 16 PRÄSENZTAGE* · 20 ECTS			