



# INNOVATIONS- MANAGEMENT

Wettbewerbsvorteile durch  
Strategie, Kreativität &  
Nachhaltigkeit

## SHORT FACTS

- Start: 26. November 2021
- Dauer: 16 Tage
- ECTS: 20
- Sprache: Deutsch
- Teilnahmeentgelt: EUR 4.490,-
- Anrechenbar auf Executive Master-Studiengang  
Management & Leadership MSc

## Einführung

Die Märkte sind zunehmend gesättigt. Die Innovationszyklen werden kürzer. Die Kundinnen- & 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 geschäftspartnerschaftlicher Zusammenarbeit 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 & Entwicklung
- Technologiemanagement
- Risikomanagement & 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.
- verfügen Sie 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 den Master-Studiengang Management & Leadership MSc angerechnet werden.

## Inhalte

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
<b>TRENDS</b> Kurze Einführung ins Innovationsmanagement Trends identifizieren Trends als Inspiration Arbeiten mit einer Trend Datenbank Arbeiten mit den Trend Canvas	1	<b>MANAGEMENT VON INNOVATIONSPROZESSEN</b> Innovationen im organisationalen Fokus Aufbau einer Unterstützungsumgebung für nachhaltige Innovationen Design von Innovationsprozessen Impulse zur Aktivierung einer funktionierenden Innovationsumgebung	1
<b>IDEENMANAGEMENT</b> Ideenentwicklung und -sammlung in der frühen Phase des Innovationsprozesses Was ist Kreativität? Kann man Kreativität planen? Fehlerkultur und Kreativität Regeln zur Planung von Ideenentwicklungs-Workshops und Umgang mit „schwierigen“ Teilnehmerinnen und Teilnehmern Vermittlung und eigenes Ausprobieren von Kreativitätstechniken zur Ideenentwicklung, mit Schwerpunkt auf einfach anwendbare und praxisnahe Methoden Tipps zur Schaffung kreativitätsfördernder Rahmenbedingungen im Unternehmen	1	<b>NACHHALTIGKEIT</b> Aktuelle Konzepte der Nachhaltigkeit und Relevanz für Unternehmen Betriebswirtschaftliche Bedeutung von ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit Möglichkeiten der Umsetzung und Erarbeitung des Erfolgspotenzials Gesellschaftliche Chancen und Herausforderungen Möglichkeiten der innerbetrieblichen Entwicklung und Umsetzung; Soziale Innovationen	1
<b>DESIGN THINKING &amp; INNOVATION LAB</b> Design Thinking als nutzerzentrierter Innovationsansatz, um von Bedürfnissen zu Lösungen zu kommen Kennenlernen von Design Thinking Werkzeugen und deren Umsetzung Durchlaufen der unterschiedlichen Phasen eines Design Thinking Prozesses anhand konkreter Aufgabenstellungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empathize / Define – Anwendung von Explorationsmethoden</li> <li>• Ideate – Anwendung von Kreativitätstechniken</li> <li>• Prototype – Anwendung von Prototypingmethoden</li> <li>• Test – Anwendung von Evaluierungsmethoden</li> </ul> Informationstechnologien im Wandel der Zeit Prozessorientierte IT-Anwendungen (ERP, DB-Lösungen) E-Commerce und E-Business Besondere GESchäftsmodelle des E-Business	3	<b>DIGITALISIERUNG</b> Unternehmerische Ansätze zur Digitalisierung von Prozessen Potenzial zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle Bedeutung der Digitalisierung für alle Aspekte der Nachhaltigkeit Herausforderungen für Unternehmensführung und Organisation	2
<b>BRANDING &amp; VERMARKTUNG</b> Vermittlung eines differenzierenden Verständnisses des Begriffs Branding Einführung in die Prinzipien des Brand Managements Rolle von markenspezifischen Kontaktpunkten Prinzipien zur Führung und Entwicklung markenspezifischer Kontaktpunkte Wesentliche Elemente des Managements von Kontaktpunkte Kontaktpunktinnovationen im digitalen Zeitalter	1	<b>INNOVATIONSKULTUR &amp; FÜHRUNG</b> Leadership und Organisationsentwicklung Leadership in integralen und evolutionären Organisationen Postmoderne Transformation Umgang mit Widerstand Selbstmanagement und Teambuilding Komfortzone & Lernmodell Innovationskompetenz entwickeln Teamübungen und Kreativitätstechniken Führen von Teams & Kompetenzmanagemen Leading Complexity - Handlungsmodelle Innovationsberatung und Innovationscoaching Umgang mit Komplexität und Dynamik Integrale Entwicklungsperspektiven & Module	2
<b>INNOVATIONSSTRATEGIEN</b> Innovationslogiken: Einführung & Definition Entwicklung innovativer Lösungen Der Weg zur innovativen Organisation: Strategien, Modelle, Konzepte Umgang mit Innovationen	2	<b>BUSINESS MODEL INNOVATION</b> Relevanz von Geschäftsmodellinnovationen und Fallbeispiele Geschäftsmodelle: Definition und konzeptionelle Grundlagen Geschäftsmodellinnovationen: 3 Typen Strategische Tools zur Generierung und Bewertung von Geschäftsmodellideen Geschäftsmodellinnovationen in der Unternehmenspraxis Management der Wertschöpfungsarchitektur Management des Kosten- und Erlösmodells Besondere Facetten: Digitalisierung und Geschäftsmodellinnovationen, soziale Geschäftsmodelle, hybride Geschäftsmodelle	2

10 MODULE | 16 PRÄSENZTAGE\* | 20 ECTS

\*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeiten, Abschlussarbeit, u.ä.

## Leistungsnachweise

Im Rahmen der Zertifikats-Lehrgänge sind folgende Leistungsnachweise zu erbringen:

- Projektarbeiten: dienen dem Lern- und Umsetzungstransfer in die berufliche Praxis
- Abschlussarbeit: behandelt betriebliche Problemstellungen und Lösungsansätze
- Abschlussprüfung: Präsentation der Abschlussarbeit, Verteidigung und Diskussion

## Dozentinnen & Dozenten | Auszug

### PROF. DR. BERND EBERSBERGER

Leiter des Lehrstuhls für Innovationsmanagement an der Universität Hohenheim / Deutschland

### PHILIPP KAZIANKA, M.A.

Consultant Institute of Brand Logic, Innsbruck / Tirol

### MAG. VERENA KUEN

Gründerin 1030 Innovation Consulting, Wien

### DIPL.-SOZ.-PÄD. (FH) CHRISTIAN LEISS, MSc

Inhaber Integra - CoCreativ Miteinander, Innsbruck / Tirol

### PROF. DR. THOMAS OSBURG

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

### FH-PROF. DR. OLIVER SOM

MCI Hochschullektor & Fachbereichsleiter Innovationsmanagement, Studiengang Wirtschaft & Management, Innsbruck / Tirol

### UNIV.-PROF. DR. PATRICK SPIETH

Leiter des Fachgebiets Technologie und Innovationsmanagement an der Universität Kassel / Deutschland

### MAG. (FH) PATRICIA WIENDL-STARK, MBA

Innovation Expertin, Linz / Oberösterreich

## Wissenschaftliche Leitung | Wissenschaftlicher Beirat



Prof. Dr.  
**BERND EBERSBERGER**



Prof. Dr.  
**THOMAS OSBURG**