

Inhalte

| MODULE | PRÄSENZTAGE | MODULE | PRÄSENZTAGE |
|---|-------------|--|-------------|
| TRENDS ERKENNEN UND CHANCEN NUTZEN Kurze Einführung ins Innovationsmanagement Trends identifizieren Trends als Inspiration Arbeiten mit einer Trend Datenbank Arbeiten mit den Trend Canvas | 1 | INNOVATIONSPROZESSE GESTALTEN Innovationen im organisationalen Fokus Aufbau einer Unterstützungsumgebung für nachhaltige Innovationen Design von Innovationsprozessen Impulse zur Aktivierung einer funktionierenden Innovationsumgebung | 2 |
| IDEEN MANAGEN 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 | INNOVATION FÜR EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT Aktuelle Konzepte der Nachhaltigkeit und Innovationsrelevanz für Unternehmen Gesellschaftliche Chancen und Herausforderungen Möglichkeiten der innerbetrieblichen Entwicklung und Umsetzung, insbesondere nachhaltige Innovationen Innovation und Nachhaltigkeitsziele (SDGs) | 1 |
| DESIGN THINKING & INNOVATION LAB Grundlagen Design Thinking: Ansatz, Prozess und Mindset Design Thinking Prozess: Phase 1: Verstehen Phase 2: Beobachten Phase 3: Sichtweise Phase 4: Ideation Phase 5: Prototyping Phase 6: Testing | 3 | INNOVATIONEN SCHÜTZEN Schutz von Innovationen Relevanz von IP, Arten von IP und Schutzrechten Erwerb von Schutzrechten Schutzstrategienmanagement von IP | 1 |
| BRANDING & VERMARKTUNG 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 | INNOVATIONSKULTUR & FÜHRUNG 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 |
| INNOVATION STRATEGISCH NUTZEN Innovationslogiken: Einführung & Definition Entwicklung innovativer Lösungen Der Weg zur innovativen Organisation: Strategien, Modelle, Konzepte Umgang mit Innovationen | 2 | BUSINESS MODEL INNOVATION 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.