

Innovationsmanagement und Geschäftsmodellentwicklung

Lehrende	Prof. Dr. Dirk Fischer Jade Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth
Inhalte	<p>Globalisierung und Digitalisierung haben in vielen Branchen den Wettbewerb verschärft. Um sich von ihren weltweiten Konkurrenten zu differenzieren, sich damit einen Spielraum bei der Preisgestaltung zu schaffen und Gewinne erzielen zu können, müssen Unternehmen nicht nur permanent an der Weiterentwicklung bestehender Produkte und Dienstleistungen arbeiten, sondern auch neue Angebote schaffen und auf den Märkten durchsetzen sowie ihre internen Prozesse neu gestalten.</p> <p>Doch nicht nur der Innovationsdruck ist in jüngerer Zeit gestiegen. Neue Technologien haben zu einer Verlagerung des Innovationsobjektes geführt: Von Produkten und Prozessen zu ganzen Geschäftsmodellen. Ein Geschäftsmodell beschreibt die logischen Zusammenhänge, wie ein Unternehmen welchen Wert für die Kunden schafft und sich damit einen Ertrag sichert. Es besteht aus drei Hauptkomponenten: Dem Nutzenversprechen gegenüber dem Kunden, der Wertschöpfungsarchitektur und dem Ertragsmodell. Neue Technologien haben in den vergangenen Jahren grundsätzlich neue Geschäftsmodelle ermöglicht, die die Regeln des Wettbewerbs in der jeweiligen Branche neu definiert haben (z.B. in der Musikindustrie durch Streaming-Dienste oder im Handel durch Plattformen wie Amazon).</p> <p>In diesem Modul werden zunächst die Grundlagen des Innovationsmanagements vermittelt: Was bedeutet Innovation? Welche internen und externen Einflussfaktoren beeinflussen Innovationsprozesse? Was kennzeichnet ein Innovationssystem? Wie wird das Management von Innovationsprozessen sinnvoll gestaltet?</p> <p>Im Anschluss daran liegt der Fokus auf Geschäftsmodellen und deren Entwicklung: Wie ist der Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie und Geschäftsmodell? Welche Bedeutung haben die einzelnen Komponenten eines Geschäftsmodells? Welche Methoden und Techniken der Geschäftsmodellentwicklung gibt es? Wie werden diese angewandt? Welche erfolgreichen Geschäftsmodellmuster lassen sich identifizieren?</p>
Lernergebnisse	<p>Die Studentinnen und Studenten sollen nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung von Innovation erlangt haben, • die Besonderheiten des Managements von Innovationen kennen, • in der Lage sein, die wichtigsten Einflussfaktoren auf Innovationsprozesse zu analysieren, • die Grundphilosophie von Geschäftsmodellen nachvollziehen können, • die (strategische) Bedeutung der einzelnen Bestandteile eines Geschäftsmodells erkennen und beurteilen können, • bestehende Geschäftsmodelle und deren jeweiliges Erfolgspotential mit Hilfe des Business Model Canvas (BMC) analysieren können, • erste Entwürfe eines Geschäftsmodells entwickeln können.
Lehrformen	Internetgestütztes Studium (Einzel und in Gruppen), Projektarbeit, zwei Präsenzphasen.
Teilnehmerzahl	max. 22 Teilnehmende.
Voraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".
Voraussetzung für Vergabe von Kreditpunkten	<ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen • Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Online-Aufgaben und projektbezogene Prüfungsleistung
Kreditpunkte und Noten	Kreditpunkte: 8 KP Notenskala: 1,0 / 1,3 / 1,7 / 2,0 / 2,3 / 2,7 / 3,0 / 3,3 / 3,7 / 4,0 / 5,0
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Arbeitsaufwand	Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.)
Dauer	ca. 25 Wochen
Termine	Modulbeginn (online): 02.01.2020 Präsenzphase I: 31.01/01.02.2020 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Präsenzphase II: 27./28.03.2020 (Fr. 13.00-20.00h, Sa. 9.00-16.00h) Nachbereitungsphase und Modulabschluss bis: 21.04.2020
Gebühren	750,00 Euro