

CURRICULUM

FH Lehrgang zur Weiterbildung

IM INNOVATIONSMANAGEMENT

60 ECTS

Wissenschaftliche Leitung: Dr. Andrea Grimm



M1	Innovationsmanagement – Markt	13 ECTS
M2	Innovationsprojekt	38 ECTS
M3	Technologiemanagement	6 ECTS
M4	Best Innovation Practices	3 ECTS

Studienplan IM Innovationsmanagement

Semester 1 2019

	LV	SWS	SS	Workload	ECTS
M1 Innovationsmanagement – Markt					
M1.1 Einführung Innovationsmanagement	VO	1	15	50	2
M1.2.1 Innovationsstrategie und -kultur	VO	0,5	7,5	25	1
M1.2.2 Kundenintegration und Open Innovation	VO	0,5	7,5	25	1
M1.3 Trend- und Marktforschung	VO	2	30	75	3
M1.4 Kreativitätstechniken und Ideenmanagement	ILV	1	15	50	2
M1.5 Konzeptentwicklung und -bewertung	VO	1	15	50	2
M1.6.1 Markt- und Produkttests	VO	0,5	7,5	25	1
M1.6.2 Innovationsmarketing, Markteinführung	VO	0,5	7,5	25	1
SUMME 1. Semester		7	105	325	13

Semester 2 2019/2020

	LV	SWS	SS	Workload	ECTS
M2 Innovationsprojekt					
M2.1 Projektmanagement-Innovation	VO	1	15	50	2
M2.2 Projektarbeit - Innovation inkl. Peer Groups	PR	2	30	900	36
M3 Technologiemanagement					
M3.1 Grundlagen des Technologiemanagements	VO	1	15	50	2
M3.2 Technologiescouting und –früherkennung, Risikomanagement	VO	1	15	50	2
M3.3 Patent- und IPR Management, inkl. Patentrecherchen	ILV	1	15	50	2
M4 Best Innovation Practices	ILV	2	30	75	3
SUMME 2. Semester		8	120	1175	47

SUMME Lehrgang

225 1500 60

M1 Innovationsmanagement

Modulverantwortung: Dr. Andrea Grimm

M1.1 Einführung Innovationsmanagement

1 SWS 2 ECTS

DI Gerald Steinwender

Ziele:

Studierende erlernen ein umfassendes Verständnis für ein gesamtheitliches Innovationsmanagement kennen. Sie können die verschiedenen Dimensionen eines Innovationsmanagementsystems (IMS) bestehend aus dem Innovationssystem mit Strategie, Kultur, Organisation und aus dem Innovationsprozess mit Front End, Entwicklung, Markteinführung unterscheiden und wichtige Fragestellungen im Zusammenhang mit Innovationsmanagement, Forschung & Entwicklung verstehen und diskutieren. Sie sind mit dem Unterschied von Forschung & Entwicklung zu Innovation vertraut und kennen Methoden um Innovationsmanagement in einer Organisation einzuführen.

Inhalte:

Definition Innovation, Definition Innovationsmanagement, Merkmale der Innovationselite aus innovate austria. mit ausgewählten Erkenntnisse, Vorgehensweise zur Einführung eines Innovationsmanagementsystems (IMS):

- Wie definieren Sie Innovation und wie ist die Abgrenzung zum Tagesgeschäft
- Was sind Innovationsfelder und Innovationsziele zur Entwicklung einer Innovationsstrategie
- Welches Innovationsportfolio mit Innovationsarten und Innovationsgraden ist dazu erforderlich
- Welche Innovationsprozesse sind zu definieren
- Wie erfolgt die Ideenbewertung
- Mit welchen Kennzahlen erfolgt das Prozesscontrolling
- Welche Aufgaben sind für eine Innovationsorganisation zu definieren
- Wie kann eine Innovationskultur sowie der Abbau von Barrieren erreicht werden

M1.2.1 Innovationsstrategie und -kultur

0,5 SWS 1 ECTS

Dr. Sören Salomo

Ziele:

- Relevanz von Innovationsmanagement begründen können
- Unterschiedliche Formen von Innovationen definieren können
- Einen Überblick über mögliche Widerstände im Innovationsprozess erhalten und auf die eigene Situation anwenden können
- Möglichkeiten des formalisierten Innovationsmanagement kennen
- Einen Rahmen zur Förderung von Initiativen zur Innovation im betrieblichen Alltag gestalten können
- Innovationspromotoren finden, fördern, binden können

Inhalte:

Das Modul Innovationsstrategie und Kultur befasst sich mit vier übergeordneten Themen:

- Warum Innovation und welche Form
- Interne Barrieren zur Innovation und innovationsorientierte Kultur
- Formale Prozesse und Strukturen
- „Die andere Seite der Innovationsorganisation: Promotoren“

Jeder Bereich wird anhand von Fallbeispielen eingeführt, theoretische Perspektiven werden in Verbindung mit praktischer Evidenz diskutiert und konkrete Umsetzungsmöglichkeiten in der betrieblichen Praxis abgeleitet.

M1.2.2 Kundenintegration und Open Innovation

0,5 SWS 1 ECTS

Dr. Roland Winkler

Ziele:

Dieser Modul stellt den Teilnehmern einen offenen und nutzer-zentrierten Ansatz für Innovation und Produktentwicklung vor. Zunächst wird ein gemeinsames Verständnis Firmen-zentrierter Innovation zugrunde gelegt, der geprägt ist durch Wissensschutz und klassische Anreize der Wertaneignung. Auf dieser Basis werden verschiedene Ansätze, Werkzeuge und Praktiken differenziert, die Firmen nutzen können, um Consumer Driven Innovation zu realisieren. Es wird jeweils die theoretische Logik hinter Konzepten wie User Innovation, Peer Production und Innovationswettbewerben erarbeitet. Durch Fallstudien wird dann diskutiert, wie Firmen diese Konzepte umsetzen können in konkreten Projekten und Praktiken, wie z.B. Lead User Workshops, Toolkits, Communities oder Ideenwettbewerben. Abschließend wird überlegt, wie Firmen diese Aktivitäten strategisch, systematisch und nachhaltig planen und in einer Organisation verankern können. Diese Überlegungen sollen die Studierenden dann in die Planung eines eigenen Consumer Driven Innovation Projektes einfließen lassen.

Inhalte:

- Logik von Firmen-zentrierter Innovation
- Logik von User Innovation
- Lead User Workshops
- Toolkits for User Innovation and Design
- Logik von Peer Production
- Customer Communities
- Social Product Development
- Logik von Innovationswettbewerben
- Ideenwettbewerbe
- Wettbewerbe zur technischen Problemlösung
- Implementierung von Consumer Driven Innovation
- Planung eines Consumer Driven Innovation Projekts

M1.3 Trend- und Marktforschung

2 SWS 3 ECTS

Mag. Andrea Kovacic | Mag. Martin Pattera

Ziele:

Sie erlernen die wichtigsten Praktiken und Methoden für ein erfolgreiches Innovationsmanagement.

Inhalte:

- Schaffung eines Marktverständnisses - wer sind Kunden / Anwender entlang Wertschöpfungsketten für B2B und B2C Bereiche
- Klassifikation von Kundenanforderungen
- Operationalisierung von Kundenanforderungen
- Qualitative Methoden zur Identifikation von Kundenanforderungen
- Quantifizierte Bedürfnisanalyse
- Identifikation von Differenzierungs- und Kostensenkungspotenzialen
- Zielmärkte und strategische Wachstumspfade
- Ethnographie/Netnographie
- Interviewtechniken
- Outcome-Driven Innovation
- Standardisierte quantitative Befragungsformen
- Statistische Auswerteverfahren

M1.4 Kreativitätstechniken und Ideenmanagement**1 SWS 2 ECTS****Mag. Anja Ebertz | DI(FH) Maria Tagwerker-Sturm, MBA MSc****Ziele:**

Die Studierenden

- erhalten einen Überblick rund um das Thema Kreativität als Basis zur Anwendung von Kreativitätstechniken allein sowie im Team
- erlernen und erfahren Kreativitätstechniken zur gezielten Generierung von Ideen und Problemlösungen im Innovationsprozess
- Assoziationstechniken (Brainstorming, 635-Methode)
- Analogietechniken (Reizbild, Reizwort, Visuelle Synektik)
- Variationstechniken (Attribute Analysis, Morphologische Matrix)
- Kombinationstechniken (Semantische Intuition)
- Provokationstechniken (Mentale Provokation, What if?)
- Impulsfragen (Osborn Checkliste, Ideenfächer)
- Rollenspiele (Walt Disney Methode, 6 Hüte des Denkens)
- erhalten einen Überblick rund um das Thema Ideenmanagement als Basis zur Einführung eines Ideenprozesses im Unternehmen.
- erlernen und erfahren Methoden zur gezielten Generierung von Ideen und Problemlösungen im Innovationsprozess
- Design Thinking mit Lego® Serious Play®
- TRIZ (Theorie des erfinderischen Problemlösens) und SIT (Systematic Inventive Thinking)
- Blue Ocean Methode

Inhalte:

- Kreativität, Kreativitätsforschung und Erkenntnisse
- Denken, Denkstile, laterales Denken, der kreative Sprung
- Der kreative Prozess (Situationsanalyse, Schlüsselfrage, Recherche, Team bilden, Spielregeln, Ideen generieren, Ideen-Pool anlegen und Clustern, Ideen analysieren, Ideen realisieren)
- Anwendung: Kreativitätstechniken an einem konkreten Beispiel
- Methoden zur Ideengenerierung und zum Management von Ideen
- Überblick über das Front End of Innovation / Ideenmanagementphase (Ideensammlung, Ideengenerierung, Ideenbewertung, Ideenkonzeption)
- Überblick Innovationsmethoden
- Vorstellung von ausgewählten Methoden und Anwendung in der Praxis
 - Design Thinking mit Lego® Serious Play®
 - TRIZ (Theorie des erfinderischen Problemlösens) und SIT (Systematic Inventive Thinking)
 - Blue Ocean Methode

M1.5 Konzeptentwicklung und -bewertung**1 SWS 2 ECTS****Dr. Andrea Grimm****Ziele:**

Sie erlernen die wichtigsten Praktiken und Methoden für ein erfolgreiches Innovationsmanagement.

- Teil 1 Einführung in Marktorientierte Innovationen: Produktdifferenzierung, Disruptive Innovationen, Trend „Ghandi“-Innovationen, Den richtigen Job für die Innovation finden, Consumer Insights
Analyse: Trends, Kunden, Märkte
Ideation 1
Positionierung
Konzeptansätze
- Teil 2 Unternehmenskonzepte
Bewertung
Selektion
Verbalkonzept

Teil 3 Fokusgruppe: Planung, Durchführung, Interpretation der Ergebnisse Konzeptoptimierung

Inhalte:

- Konzeptlebensdauer und Konzeptstabilität
- Erstellung eines technischen, wirtschaftlichen und schutzrechtlichen Konzeptes
- Modularisierung
- Verbalkonzepte
- Fast and Rapid Prototyping
- Konzeptwerkstatt
- Modular Function Deployment
- Produktklinik
- Quality Function Deployment

M1.6.1 Markt- und Produkttests

0,5 SWS

1 ECTS

Mag. Andrea Kovacic

Ziele:

Sie erlernen die wichtigsten Praktiken und Methoden für ein erfolgreiches Innovationsmanagement.

Inhalte:

- Überprüfung der technischen, wirtschaftlichen und schutzrechtlichen Machbarkeit
- Concept-Testing
- Markttestverfahren wie TESI, Testmarkt, Storetest

M1.6.2 Innovationsmarketing, Markteinführung

0,5 SWS

1 ECTS

Dr. Friedrich Loidl

Ziele:

Sie erlernen die wichtigsten Praktiken und Methoden für ein erfolgreiches Innovationsmanagement.

Inhalte:

- Time-to-Market
- Cost-to-Market
- Fit-to-Market
- New-to-Market
- Marketingmix und Businessmodellierung
- Markteinführungsplan
- Testverfahren vor Markteinführung zur Risikoreduktion
- Bass-Model
- Business Planning

M2 Innovationsprojekt

Modulverantwortung: DI Gerald Steinwender

M2.1 Projektmanagement Innovation

1 SWS

2 ECTS

Ing. Mag.(FH) Erwin Graf

Ziele:

Die Lehrveranstaltung vermittelt Fähigkeiten zur selbstständigen Abwicklung und erfolgreichen Durchführung von Projekten (einschließlich Forschungs- und Entwicklungsprojekten mit vorwiegend probabilistischen Charakter), und wird ergänzt mit dem dazu notwendigen Wissen über die anzuwendenden Methoden und Werkzeuge, verbunden mit sozialen

Voraussetzungen zur effizienten Bewältigung der Aufgaben eines Projektleiters insbesondere in Zusammenarbeit mit dem Projektteam sowie den Projektumwelten.

Inhalte:

- Grundlagen
- Funktionelle und institutionelle Aspekte sowie Begrifflichkeiten und Ziele des Projektmanagements
- Differenzierung Programme, Projekt und Projektarten
- Werkzeuge zur Projektplanung und -abwicklung (Projektstrukturplan, -ressourcenplan, -terminplan, Kostenplan)
- Projektorientierte Unternehmensführung
- Projektmanagement als Führungskonzept
- Projektorganisation
- Projektphasen
- Anforderungen an Projektleiter und Teammitglieder
- Bildung und Führung von Projektteams
- Projektsteuerung und -controlling
- Projektmarketing

M2.2 Projektarbeit - Innovation inkl. Peer Groups

2 SWS 36 ECTS

DI Gerald Steinwender

Ziele & Inhalte:

- Anwendung und Transfer des Erlernten aus M1 in die eigene Praxis durch die eigenständige Durchführung eines konkreten Innovationsprojektes.
- Projektmanagement in Innovations- und F&E-Projekten
- Professionelle Coachings und begleitende Beratung im Projekt
- Projekt Peer Groups zum Erfahrungsaustausch

M3 Technologiemanagement

Modulverantwortung: Dr. Gerhard Drexler

M3.1 Grundlagen des Technologiemanagement

1 SWS 2 ECTS

Dr. Stefan Vorbach

Ziele Teil 1:

- Grundlegende Zusammenhänge und Erklärungsansätze des Technologiemanagements verstehen lernen
- Den Prozess der Entstehung und Verbreitung von Technologien verstehen können
- Aktivitäten des Technologiemanagement in den Gesamtrahmen der Unternehmensführung einordnen können

Ziele Teil 2:

- Verständnis von Modellen und Methoden zur Entwicklung und Einführung von Technologiestrategien
- Unterscheidung verschiedener Dimensionen der Technologiestrategie
- Verständnis von Fragestellungen im Zusammenhang mit Technologieentscheidungen
- Bewertung von Technologien
- Anwendung von Methoden der Technologiebewertung

Inhalte Teil 1:

- Einführung in das Technologiemanagement
- Dimensionen und Elemente des Technologiemanagement
- Klassifikation von Technologien
- Technologielebenszyklusmodelle
- Diffusion von Technologien
- Prozesse des Technologiemanagement (Technologiefrüherkennung, strategische Analyse, Technologieplanung, Technologierealisierung, Technologieverwertung, Technologieschutz)

Inhalte Teil 2:

- Einführung in das Strategische Management
- Technologiestrategische Modelle
- Dimension der Technologiestrategie (Technologieauswahl, Technologische Leistungsfähigkeit, Technologiequelle, Technologietiming, Technologieverwertung)
- Trilogie der Technologieorientierten Fragen
- Technologiebewertung, Bewertungsmodelle und Bewertungsmethoden für Technologien
- Technologietransfer

M3.2 Technologiescouting und –früherkennung/Risikomanagement**1 SWS****2 ECTS****Dr. Gerhard Drexler, MBA****Ziele Teil 1:**

- Überblick über Grundlagen und Einsatz von Methoden zur Technologiefrüherkennung gewinnen
- Strategic Intent, Technology-Push und Market-Pull definieren und interpretieren können
- Methoden der Technologievorschau auswählen und anwenden können
- Bewertung und Methoden zur Minimierung von Risiken in Innovationsprojekten beherrschen

Ziele Teil 2:

- die Begriffe und den Sinn von Technologieplanung und des Technologie-Roadmappings kennenlernen und verstehen
- den Ablauf eines Technologie-Roadmapping-Projektes kennenlernen und verstehen
- den Inhalt und die Zielsetzungen der Szenariotechnik verstehen
- das Konzept der S-Kurven verstehen u. Produkte sowie Technologien grob zu Phasen der S-Kurve zuordnen können
- TRIZ - Grundlagen

Inhalte Teil 1:

- Strategische Ausrichtung für das Technologiemanagement
- Umgang mit Trends, Prognosen und Szenarien
- Praxiserprobte Methoden zur Technologievorschau
- Bewertung und Controlling von Ergebnissen

Inhalte Teil 2:

- Begriffsdiskussion: Technologie-Roadmapping /Technologie-Planung
- Methoden der Technologie Früherkennung und Zukunftsforschung
- Ablauf und Beispiel einer Szenariotechnik
- Konzept der S-Kurven und Positionierungsmodelle
- Technologie-Roadmapping & TRIZ / Systematic Innovation: Nutzung von Entwicklungsgesetzen und –mustern technischer Systeme
- Risikomanagement in Innovationsprojekten

M3.3 Patent- und IPR Management/ Patentrecherchen - Übungen**1 SWS****2 ECTS****Dr. Gerhard Drexler, MBA****Ziele Teil 1:**

- Bedeutung des Managements von geistigem Eigentum
- Struktur und Inhalte von Patenten verstehen
- Methoden der Patentsuche anwenden
- Betriebliche Aspekte des Managements von Patenten und Lizenzen kennen lernen

Ziele Teil 2:

- Die Teilnehmer können branchenrelevante Patente recherchieren, interpretieren und bewerten
- Auswirkungen rechtlicher und technologischer Aspekte von Patenten können erkannt und entsprechend bearbeitet werden

Inhalte Teil 1:

- Identifizierung neuer Technologien mittels Patentrecherche
- Erfindung – Patent – Innovation
- Lebenszyklus von Patenten
- Aufbau und Interpretation von Patenten
- Patentverletzung – Patentumgehung – Produktpiraterie

Inhalte Teil 2:

- Gruppenarbeiten mit Schwerpunkt klassische Patentrecherche, Lesen von Patenten, Erkennen von Patentverletzungen, moderne Methoden zur Patentsuche und Patentbewertung
- Diskussion betrieblich relevanter Themen der Teilnehmer

M4 Best Innovation Practices

Modulverantwortung: DI Gerald Steinwender

M4 Best Innovation Practices

2 SWS

3 ECTS

DI Gerald Steinwender

Ziele:

- Erfahrungsaustausch mit 8 erfolgreichen F&E-LeiterInnen, InnovationsmanagerInnen und/oder Führungskräften aus österreichischen Innovationsleader-Unternehmen.

Inhalte:

- Trendscouting
- Innovationsstrategie
- Marktforschung
- Ideenmanagement
- Patent- und IPR-Management
- Technologiescouting