

**Berufsbegleitender
Masterstudiengang
Strategisches
Innovationsmanagement (M.A.)**

**Entwurf des
Modulhandbuchs
für die ersten 7 Module
2016/2017**

Hochschule Pforzheim

Tiefenbronner Str. 65
D-75175 Pforzheim
Tel. (07231) 285
www.hs-pforzheim.de

Inhaltsverzeichnis

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)	3
Zertifikat Lean Production.....	6
Zertifikat Change Management	9
Zertifikat Innovationsmanagement.....	12
Zertifikat Technologiemanagement (Industrie 4.0)	15
Zertifikat Finanzmanagement und Controlling	18
Zertifikat Brand Strategy & Marketing.....	21
Zertifikat Leadership	24

Ansprechpartnerinnen:

*Professorin Dr. Katja Rade
Prorektorin für strategische Hochschulentwicklung
Leiterin des Weiterbildungsinstituts
Telefon: 07231-28-6002*

*Sandra Neuner
M.A. E-Learning und Medienbildung
Telefon: 07231-28-6013
Telefax: 07231-28-6006*

*E-Mail: weiterbildung@hs-pforzheim.de
www.hs-pforzheim.de/weiterbildung*

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)

Berufsbegleitend zum Innovationsmanager

Die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens spielt heute eine Schlüsselrolle für den Erhalt und die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Dabei ist die digitale Innovation von Produkten und Dienstleistungen die Voraussetzung für eine ganzheitliche Produkt- und Designentwicklung im Spannungsfeld von Kundenbedürfnissen, wirtschaftlicher Rentabilität und technologischer Machbarkeit. Die Zertifikate des berufsbegleitenden Masterstudiengangs Strategisches Innovationsmanagement qualifizieren Studierende für die Übernahme von Managementaufgaben an den Schnittstellen der klassischen Unternehmensfunktionen Forschung & Entwicklung, Beschaffung und Produktion, aber auch in typischen Querschnittsbereichen wie im Innovations-, Veränderungs- und Qualitätsmanagement. Im Bereich Marketing und Vertrieb agieren Absolventen als Schnittstellenmanager zwischen technischer und gestalterischer Produktentwicklung und -vermarktung.

Flexible Abschlüsse durch die modulare Struktur

Einzelzertifikat

Die erfolgreiche Teilnahme der auf den nachfolgenden Seiten beschriebenen Einzelzertifikate ermöglicht Ihnen den Erwerb spezifischer Kompetenzen. Für jedes erfolgreich absolvierte Modul stellt die Hochschule Pforzheim ein Zertifikat aus.

Umfang: Ein Modul

Dauer: Ein Semester

Abschluss: Einzelzertifikat der Hochschule Pforzheim

Zertifikatsprogramm Digitale Innovation

Mit dem Belegen der vier Zertifikate Innovationsmanagement, Change Management, Management digitaler Technologien (I.4.0) sowie Lean Production erwerben Sie das Hochschulzertifikat Digitale Innovation.

Umfang: 4 Module

Dauer: 1-4 Semester

Abschluss: Hochschulzertifikat: Experte Digitale Innovation

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement

Der Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement führt die drei Disziplinen Technische Produktentwicklung, Gestaltung und Vermarktung im Kontext des strategischen Innovationsmanagements ganzheitlich zusammen - eingebettet in eine der führenden Business Schools Deutschlands. Das Studium schließt nach insgesamt 12 Modulen und der Master-Thesis mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ (M.A.) ab.

Umfang: 12 Module plus Masterthesis

Dauer: flexibel ab 4 Semestern

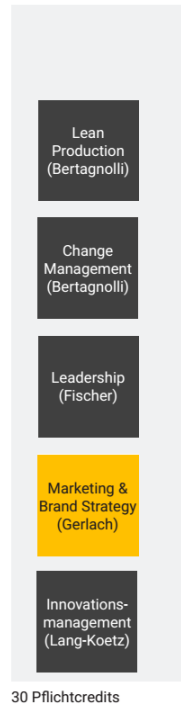
Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Aufbau des Masters Strategisches Innovationsmanagement

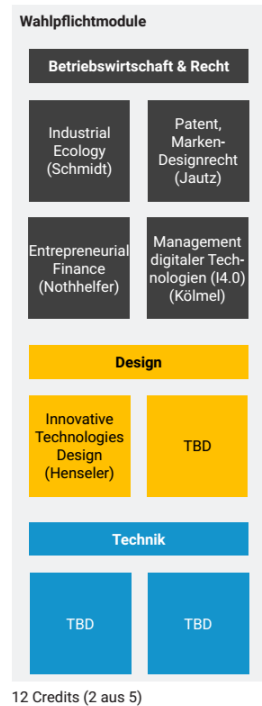
Qualifizierungsmodule je nach Erstabschluss



Pflichtmodule



Individuelle Profilbildung



Strategisches Planspiel, Interdisziplinäre Projektarbeit, Master-Thesis

Was das Zertifikatsprogramm und den Master besonders macht

Flexibles Studienmodell für Berufstätige

Organisation, Struktur und Service des Zertifikatsprogramms sind auf die Bedürfnisse berufstätiger Studierender und deren Unternehmen ausgerichtet. Der Wechsel von kurzen Präsenzphasen **am Standort Nagold** (insgesamt zweieinhalb Tage pro Modul) und zeit- und ortsunabhängigen Selbst- und Gruppenarbeitsphasen ermöglicht Ihnen einen größtmöglichen Freiraum für Ihre individuelle Studienplanung. Auch die gesamte Studiendauer können Sie mit der Anzahl der belegten Module an Ihre persönliche Karriere- und Lebensplanung anpassen.

Aktivierendes Blended Learning-Konzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt und die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten.

Enge Verzahnung von Theorie und Praxis

Das Zertifikatsprogramm vermittelt theoretische Grundlagen und anwendungsorientiertes Wissen. Das Lehr- und Lernkonzept basiert innerhalb der Präsenzphasen auf kleinen Gruppen, interaktivem Lernen und der Anwendung des erworbenen Wissens in Forschungs- und Praxisprojekten. Die praktischen Erfahrungen und Projekte der Teilnehmer werden aktiv in die Lehrveranstaltungen integriert.

Schnittstellenkompetenz durch interdisziplinäre Qualifizierung

Unser Anspruch ist es, Sie ganzheitlich auszubilden. Durch die interdisziplinäre Verbindung von betriebswirtschaftlichen, technischen und gestalterischen Inhalten qualifiziert das Studium breit für Führungsaufgaben in klassischen Unternehmensfunktionen sowie im Innovations-, Veränderungs- und Qualitätsmanagement. Mit diesem Fundament werden Sie der Motor für Innovationen in Ihrem Unternehmen.

Individuelle Profilbildung durch Wahlmöglichkeiten

Die interdisziplinäre Ausrichtung des Masters eröffnet Ihnen Wahlmöglichkeiten und eine Schwerpunktbildung im technischen, betriebswirtschaftlichen oder gestalterischen Bereich. So können Sie dem Studium einen persönlichen Stempel aufdrücken.

Weltweit anerkannter Abschluss

Die Pforzheimer Business School ist die erste und bislang einzige Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Deutschland, die das international renommierte AACSB-Siegel tragen darf. Es bescheinigt die nachweislich hohe Qualität in Lehre und Forschung und kann Ihnen während und nach dem Studium die eine oder andere Tür öffnen.

Zertifikat Lean Production

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli frank.bertagnolli@hs.pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W2.3.13 oder VC
Fachgebiet:	Technik / Wirtschaft
Zertifikatsprogramm:	Digitale Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Fortgeschrittenes Niveau
Teilnahmevoraussetzung:	Grundkenntnisse Produktion
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende des Studiengangs Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Vorlesung gibt eine Einführung und einen Überblick in das Themenfeld Lean Production. Die Vorlesung gestaltet sich durch Vortragspräsentationen, Beispiele aus der Praxis, Übungen, einem Planspiel und Videobeiträgen aus dem Themenfeld Lean Production.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die Historie, Ansätze und Zusammenhänge des Toyota Produktionssystems sowie weiterer ganzheitlicher Produktionssysteme,
- ✓ kennen wesentliche Analysemethoden (Wertstromanalyse) und Instrumente aus dem Bereich Lean Production und können sie für einfache Fälle auch in der Praxis anwenden,
- ✓ kennen die Wirkung von Management auf die Produktivität eines Unternehmens sowie die Ziele, die sich für Führungskräfte daraus ableiten,
- ✓ wurden mit entsprechenden Managementansätzen konfrontiert.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Anwendung von Lean Methoden zu unterschiedlichen Themenstellungen über alle Produktions- und Logistikprozesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisbeispiele, Planspiele zur eigenen Gestaltung von Prozessen und Diskussionen • Klausur
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Berechnung, Zusammenhänge und Auswirkungen von Lean auf die Unternehmensprozesse und Darstellung als Kennzahlen 	<ul style="list-style-type: none"> • Planspiel mit Berechnung der Lean-Kennzahlen
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Wertstromanalyse und weitere Analysemethoden aus dem Lean-Kontext zur Ermittlung des aktuellen Zustandes • Hieraus Ableitung eines Zielzustandes mit Potenzialabschätzung • Problemlösemethoden zur nachhaltigen Problemlösung 	<ul style="list-style-type: none"> • Wertstromanalyse-simulation in Form einer Modellfabrik mit selbstständiger Durchführung der Analysesystematik • Übungen zu den Methoden
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung der Wertstromanalyse als gemeinsame visuelle Sprache zwischen Bereichen und Firmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung Wertstromanalyse, Übernahme von Rollen im Rahmen der Modellfabrik (z.B. Werkleitung, Verbesserungsmanagement)
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Lernerfolgskontrolle; Kommunikationsfähigkeit in Diskussionen und Feedbackfähigkeit bei Auswertungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur, Übungen, Diskussionen, Planspiele, Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten und Videokonferenz

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Organisatorisches	PE
2.	Produktionssystem	
3.	Kaizen	
4.	Standards	
5.	Verschwendung	OE 1
6.	Fluss	OE2
7.	Takt	OE 3
8.	Pull	
9.	Qualität	
10.	Problemlösung	OE 4
11.	Shopfloor Management	
12.	Vorbereitung VC	
13.	Diskussion	VC
14.	Flexible Montage	OE 5
15.	Anlagen	OE 6
16.	Supply Chain	
17.	Wertstrom	
18.	Kata-Übung	PE
19.	Planspiel	
PE	Präsenz-Moduleinheit	
OE	Online-Moduleinheit	
VC	Video-Konferenz	

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität für die Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Ohno, T.: Das Toyota-Produktionssystem
- Rother, M. / Shook, J.: Sehen lernen: Mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen
- Takeda, H.: Das Synchrones Produktionssystem
- Womack, J.P. / Jones, D.T.: Lean Thinking: Ballast abwerfen, Unternehmensgewinn steigern
- Zollondz, H.-D.: Grundlagen Lean Management: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme, Techniken sowie Gestaltungs- und Implementierungsansätze eines modernen Managementparadigmas

Zertifikat Change Management

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli frank.bertagnolli@hs.pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W2.3.13 oder VC
Fachgebiet:	Wirtschaft
Zertifikatsprogramm:	Digitale Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Fortgeschrittenes Niveau
Teilnahmevoraussetzung:	Kenntnisse aus „Produktion im Alltag“, Praxiserfahrung
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende des Studiengangs Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Klausur (60 Minuten)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

In der Vorlesung Change Management erhalten die Teilnehmer eine Einführung in die Methoden des Change Managements sowie einen tieferen Einblick in die Zusammenhänge und Einflüsse bei Veränderungsprozessen. Ferner werden die Themen in den Kontext der Industrie und Wirtschaft gebracht, z.B. bei der Umsetzung einer Lean-Implementierung.

Das Besondere an dieser Lehrveranstaltung ist, dass parallel ein begleitender Prozess zur Persönlichkeitsentwicklung stattfinden kann. Hierbei wird sehr viel Wert auf die Selbstreflexion, das eigene Wahrnehmen von Veränderungen, der aktuellen Lebensphase und die Persönlichkeit gelegt. Dieser Lernprozess wird durch die Veranstaltung aktiv und begleitend unterstützt.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ wissen, warum Veränderungen stattfinden, notwendig sind und etwas Normales sind,
- ✓ kennen den Verlauf einer Veränderung und deren Begleiterscheinungen sowie Hintergründe,
- ✓ können das Thema Change Management in den Zusammenhang des Studiums und des zukünftigen Arbeitsfeldes einordnen,
- ✓ kennen die wichtigsten Ansatzpunkte und Hemmnisse innerhalb des Change Managements,
- ✓ kennen Führungsinstrumente und Methoden zur erfolgreichen Planung und innerbetrieblichen Umsetzung von Veränderungen,
- ✓ reflektieren sich selbst im Veränderungskontext und entwickeln ihre Persönlichkeit weiter.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Anwendung von Veränderungen von Organisationen und Strukturen, Change Management Methoden zu unterschiedlichen Themenstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisbeispiele, Planspiele zur eigenen Gestaltung von Prozessen und Diskussionen • Klausur
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Modelle und Methoden zur Begleitung von Wandel und Veränderungen im Rahmen von Beratung und Projekten 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Selbstreflexion • Klausur
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Analysemethoden des Change Managements anwenden, um den aktuellen Ist-Zustand einer Situation einschätzen zu können • Hieraus Ableitung eines Zielzustandes und einer Strategie mit Maßnahmen zur Zielerreichung 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen zu den Methoden
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen von Change Management Techniken und Kommunikationsmethoden im Kontext des Menschen und der Industrieprozesse • Dabei Schwerpunkt auf den kulturellen und psychosozialen Umgang mit Menschen in Veränderungsprozessen 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussion und Übungen zu den verantwortungsvollen Themenstellungen in Veränderungsprozessen und des Change Management
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Eigene Lernerfolge visualisieren und schriftlich zum Ausdruck bringen • Kommunikationsfähigkeit in Diskussionen und Feedbackfähigkeit bei Auswertungen • Anwendung der Tools, Methoden und Analysen bei sich selbst 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur, Lerntagebuch • Übungen, Diskussionen, Planspiele, Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten, Ausdruck der Selbstreflexion

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch eine Klausur (60 Min.) am Ende des Semesters erbracht.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung	PE
2.	Auslöser	OE 1
3.	Wandel	
4.	Change Management	OE 2
5.	Veränderungen in Organisationen	
6.	Gruppendynamik	
7.	Veränderungsmanagement	OE 3
8.	Die Changekurve	
9.	Transparenz und Kommunikation	OE 4
10.	Change Design	
11.	Fallstudie	
12.	Diskussion	VC
13.	Planung von Change-Interventionen	OE 5
14.	Perspektive	
15.	Kultur	OE 6
16.	Reflexion	PE
17.	Abschluss	

PE Präsenz-Moduleinheit
 OE Online-Moduleinheit
 VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended-Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term- Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Doppler, K. / Lauterburg, C.: Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen
- Kotter, J.P.: Leading Change. New edition. Harvard Business Review Press
- Kotter, J.P.: Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern
- Kruse, P.: next practice - Erfolgreiches Management von Instabilität. Veränderung durch Vernetzung
- Lauer, T.: Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren
- Regber, H. / Zimmermann, K.: Change Management in der Produktion: Prozesse effizient verbessern im Team

Zertifikat Innovationsmanagement

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Claus Lang-Koetz claus.lang-koetz@hs.pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W2.3.13
Fachgebiet:	Interdisziplinär
Zertifikatsprogramm:	Digitale Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Master
Teilnahmevoraussetzung:	Grundlagen BWL, Praxiserfahrung
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende des Studiengangs Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Im Rahmen der Veranstaltung werden Konzepte und Methoden des Innovationsmanagements und deren Anwendung im Unternehmen vermittelt. Die Studierenden lernen, wie ein praxistaugliches Innovationsmanagement aufgebaut ist und welche Methoden dabei genutzt werden können. Dies umfasst Tätigkeiten der strategischen Planung, der Generierung neuer Ideen, deren Bewertung, der Auswahl von Ideen und schlussendlich deren Umsetzung in marktfähige Produkte und Verfahren. Dabei wird eine umfassende Perspektive vermittelt: Schwerpunkte liegen auf der Ermittlung von Impulsen für Innovationen (unter Berücksichtigung von Open-Innovation-Ansätzen und Kooperationen mit anderen Organisationen), auf Umgang und Umsetzung von Innovationsideen im Unternehmen (Bewertung, Auswahl, technische Ideenumsetzung und Markteinführung sowie geeigneter Prozesse) und einer strategischen Betrachtung (unter Berücksichtigung von Megatrends und Zukunftsszenarien). Neben der Vermittlung von Konzepten, Prozessen und Methoden werden praktische Übungen, Gruppendiskussionen und die Erarbeitung von Fallstudien durchgeführt sowie gezielt die kritische Auseinandersetzung mit dem Thema gesucht.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die Grundlagen des Innovationsmanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse,
- ✓ wissen, welchen Beitrag Kreativität und Offenheit für neue Themenfelder und Ideen auf der einen Seite und ein gut strukturiertes methodisches Vorgehen auf der anderen Seite für erfolgreiche Innovationen leisten können,
- ✓ erlangen Einblicke in die vom Innovationsmanagement im Unternehmen tangierten Themen und Fachgebiete (z.B. Marketing, Produktion, Entwicklung) und lernen deren Perspektive auf das Thema kennen,
- ✓ beherrschen die Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel ausgewählter Problemstellungen aus der Praxis,
- ✓ können unterschiedliche Perspektiven auf das Thema einnehmen, um in der Praxis fallspezifisch Methoden und Konzepte auswählen und anwenden zu können.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit der wissenschaftlich-kritischen Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Innovationsmanagements • Verständnis der wissenschaftlichen Zusammenhänge insbesondere zu anschließenden Fachgebieten 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen, Übungen und Hausaufgaben • Klausur
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen von Innovationsmanagement-Methoden und deren Hintergrund zu unterschiedlichen Themenstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussion von Praxisbeispielen • Klausur
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit der Analyse von Problemstellungen aus der Unternehmenspraxis und zur Identifikation von Anknüpfungspunkten für das Innovationsmanagement • Anwendung von Innovationsmanagement-Methoden für unterschiedliche Anwendungskontexte und -gebiete 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussion von Praxisbeispielen, Fallstudien • Klausur
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung von Innovationsmanagement-Methoden zu unterschiedlichen Themenstellungen inkl. Transfer über die in der Vorlesung erlernten Kernthemen hinaus 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussion von Praxisbeispielen, Fallstudien • Klausur
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsfähigkeit in Diskussionen und Feedbackfähigkeit bei Auswertungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen, Diskussionen, Planspiele, Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Grundlagen und Grundbegriffe	PE
2.	Impulse für Innovationen	
3.	Geschäftsmodelle und Innovationen	
4.	Ideenbewertung und Ideenmanagement	OE 1
5.	Zukunftsthemen und Szenariotechnik	OE 2
6.	Entwicklung von Innovationsstrategien	OE 3
7.	Organisation der Innovationsfunktion im Unternehmen	OE4
8.	Einführung in die Fallstudie	
9.	Übungen	VC
10.	Diskussion Fallstudie	
11.	Technische Ideenumsetzung; Schutzrechte <i>Zeit für Fallstudienbearbeitung</i>	OE 5
12.	Markteinführung <i>Zeit für Fallstudienbearbeitung</i>	OE 6
13.	Präsentation der Ergebnisse der Fallstudie	PE
14.	Wiederholung ausgewählter Themen	
15.	Praxisübung	

PE Präsenz-Moduleinheit
OE Online-Moduleinheit
VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Spath, D. et al: Technologiemanagement. Grundlagen, Konzepte, Methoden
- Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Wiley
- Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung

Zertifikat Technologiemanagement (Industrie 4.0)

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Bernhard Kölmel bernhard.koelmel@hs.pforzheim.de Kolloquium: auf Vereinbarung via E-Mail im Raum T2.3.14 oder via Skype
Fachgebiet:	Technik
Zertifikatsprogramm:	Digitale Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Master
Teilnahmevoraussetzung:	Grundlagen BWL, Praxiserfahrung
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende mit einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss für den Studiengang Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Veranstaltung führt die Studierenden in das Thema Technologiemanagement ein. Technologiemanagement umfasst die Planung, Durchführung und Kontrolle der Entwicklung und Anwendung von (neuen) Technologien zur Schaffung erfolgswirksamer Wettbewerbsvorteile. Es werden wichtige Begriffe und Methoden der Disziplin erarbeitet und angewendet. Aufbauend darauf wird das Wissen am Beispiel von Industrie 4.0 genutzt. Technologieorientierte Unternehmen dürfen nicht mehr von neuen Technologien oder Trends überrascht werden. Sie sollten in der Lage sein, Technologien schnell zu identifizieren, kundenorientiert zu entwickeln, einzusetzen und auch rechtzeitig zu substituieren.

Aufgabe des Technologiemanagements ist es demnach, die für aktuelle und künftige Leistungsangebote benötigten Technologien im Bereich der Produkte, der Produktionsprozesse und der Materialien zum richtigen Zeitpunkt und zu angemessenen Kosten bereitzustellen. Die Erkenntnisse werden im Bereich Industrie 4.0 (der total vernetzten Welt) angewendet. Die

Digitalisierung verwandelt praktisch jeden Gegenstand, jedes Gerät und jede Maschine in einen Internetknotenpunkt, der mit anderen kommuniziert. Im Rahmen des Kurses wird adressiert, wie die digitale Revolution im unternehmerischen Umfeld gestaltet werden kann.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die Aspekte der digitalen Transformation hin zur total vernetzten Welt,
- ✓ kennen die Grundlagen des Technologiemanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse,
- ✓ können sowohl die Ziele und Aufgaben als auch die Prozesse des Technologiemanagements in reale Umgebungen übertragen,
- ✓ sind in der Lage, ausgehend von der technologischen Situation eines Unternehmens und den identifizierten technologischen Entwicklungen, unter Einsatz von Portfoliotechnik, Roadmapping, etc. mehrdimensionale Technologiestrategien zu entwickeln,
- ✓ können ausgewählte Konzepte und Methoden am Beispiel der Industrie 4.0 in der Praxis anwenden.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit der wissenschaftlich-kritischen Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Technologiemanagements • Verständnis der wissenschaftlichen Zusammenhänge insbesondere zu anschließenden Fachgebieten 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen, Übungen und Präsentationen
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen von relevanten Methoden und deren Hintergrund zu unterschiedlichen Themenstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen, Übungen und Präsentationen
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit der Analyse von Problemstellungen aus der Unternehmenspraxis und zur Identifikation von Anknüpfungspunkten in das Themengebiet Industrie 4.0 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussion von Praxisbeispielen, Fallstudien
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel der Industrie 4.0 in der Praxis 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussion von Praxisbeispielen, Fallstudien
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Teamfähigkeit und Präsentationskompetenz von komplexen Anwendungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeiten und Präsentationen

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Motivation	PE
2.	Zukünftige Anwendungen	
3.	Blue Ocean Strategy	
4.	Grundlagen Technologiemanagement	OE 1
5.	Technologiefrühaufklärung	OE 2
6.	Entwicklung und Umsetzung von Technologiestrategien	OE 3
7.	Total vernetzte Welt / Industrie 4.0	OE 4
8.	Einführung in die Fallstudie	
9.	Übungen	VC
10.	Diskussion Fallstudie	
11.	Aspekte von Industrie 4.0 <i>Transfer in reale Projekte</i>	OE 5
12.	Value Proposition Canvas <i>Projektinteraktion</i>	OE 6
13.	Präsentation der Ergebnisse des Projektes	PE
14.	Methodenworkshop	
PE	Präsenz-Moduleinheit	
OE	Online-Moduleinheit	
VC	Video-Konferenz	

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität der Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Bauernhansl, T. / ten Hompel, M. / Vogel-Heuser, B.: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung · Technologien · Migration
- Broy, M.: Cyber-Physical Systems. Innovation durch softwareintensive eingebettete Systeme
- Roth, M.: Einführung und Umsetzung von Industrie 4.0: Grundlagen, Vorgehensmodell und Use Cases aus der Praxis
- Schuh, G. / Klappert, S.: Technologiemanagement: Handbuch Produktion und Management

Zertifikat Finanzmanagement und Controlling

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Katja Rade katja.rade@hs-pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum V.1.202
Fachgebiet:	Wirtschaft
Zertifikatsprogramm:	Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Fortgeschrittenes Niveau
Teilnahmevoraussetzung:	Grundkenntnisse des Managements
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss im Studiengang Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmer werden auf das Treffen von Investitionsentscheidungen im Kontext der strategischen Unternehmensführung vorbereitet. Sie lernen, die finanziellen Auswirkungen betriebswirtschaftlicher (Innovations-)entscheidungen zu prognostizieren und die Methoden der Kostenrechnung zum Aufbau eines F&E-, Projekt- oder Bereichscontrollings zielgerichtet einzusetzen. An der Schnittstelle zur Bilanzierung und Jahresabschlussanalyse werden Methoden zur Planung, Analyse und Kontrolle der Unternehmensfinanzen vermittelt und in einer Fallstudie (Planspiel) über mehrere Perioden angewandt und kritisch analysiert.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ können die klassischen Verfahren der Investitionsrechnung bei sicheren und unsicheren Erwartungen auf komplexe Sachverhalte (Innovationen) anwenden und deren Aussagefähigkeit und Grenzen beurteilen,
- ✓ kennen unterschiedliche Formen (Instrumente) der Unternehmensfinanzierung und können deren Vorteilhaftigkeit in bestimmten Unternehmenssituationen analysieren,
- ✓ können eigenständig Kostenarten-, -stellen- und -trägerrechnungen sowie Deckungsbeitrags- und Betriebsergebnisrechnungen durchführen und Lösungen für unterschiedliche Fragestellungen aus der Praxis erarbeiten,
- ✓ verstehen, wie entscheidungsrelevante Informationen in der Kosten- und Leistungsrechnung erstellt und in Unternehmen verwendet werden,
- ✓ können die finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse und klassische Kennzahlensysteme zur Beurteilung des Erfolgs von Innovations- und Unternehmensstrategien einsetzen,
- ✓ können Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf die Unternehmensergebnisse und die Finanzlage abschätzen,
- ✓ können Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Anwenden unterschiedlicher Investitions- und Finanzierungsinstrumente sowie der Kosten- und Leistungsrechnung im Kontext des Innovationsmanagements • Finanzplanung, -steuerung und -kontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungsaufgaben (Online) • Auswertungen der Ergebnisse des mehrperiodischen Planspiels • Klausur
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände in unterschiedlichen Rechnungslegungssystemen 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen und Diskussionen im Rahmen des mehrperiodischen Planspiels
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Treffen von wissenschaftlich fundierten Entscheidungen für Innovationen • Abschätzen der finanzwirtschaftlichen Folgen von Innovationen auf Unternehmensergebnisse • Lösen von Zielkonflikten zum Shareholder- Value • Risikomanagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungen als Ergebnis der Gruppenarbeit • Teaminteraktionen
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung des erworbenen Wissens und der Fähigkeiten zur Lösung finanzwirtschaftlicher Probleme bei der simulierten Führung eines innovativen, multinationalen Konzerns • Einsatz betriebswirtschaftlicher Instrumente und Methoden in neuen, unvertrauten Unternehmenssituationen 	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungen als Ergebnis der Gruppenarbeit • Übungsaufgaben (Online) • Klausur
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation der wesentlichen Entscheidungsgründe, der erreichten und nicht erreichten Ziele, Schlussfolgerungen und zukünftige Maßnahmen auf einem wissenschaftlichen Niveau 	<ul style="list-style-type: none"> • Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten • Präsentationen in Aufsichtsratssitzungen und in der Hauptversammlung

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Finanzmanagement und Controlling	PE
2.	Einführung in Management Simulation: Finanzwirtschaftliche Ziele und Strategien	
3.	Investitionsrechnung (<i>Fallstudie Periode 1</i>)	
4.	Kostenrechnung als Informationsinstrument	OE 1
5.	Teilkostenrechnung und Kostenmanagement (<i>Fallstudie Periode 2</i>)	OE 2
6.	Grundlagen Controlling und Einführung in die Finanzprognose (<i>Fallstudie Periode 3</i>)	OE 3
7.	Finanzplanung, Finanzierungsformen und Cashflow-Rechnung (<i>Fallstudie Periode 4</i>)	OE 4
8.	Capstone: Finanz- und Kostenmanagement von Innovationen	VC
9.	Diskussion der Ergebnisse der Perioden 1-4	
10.	Bilanzierung und Jahresabschluss (<i>Fallstudie Periode 5</i>)	OE 5
11.	Kennzahlen und Kennzahlensysteme als Controllinginstrumente (<i>Fallstudie Periode 6</i>)	OE 6
12.	Kritische Analyse der Ziele und Strategien und der Unternehmensergebnisse im Rahmen einer Aufsichtsratssitzung	PE
13.	Entscheidungen der <i>Perioden 7 und 8</i>	
14.	Präsentation der Unternehmensergebnisse in der Hauptversammlung	
PE	Präsenz-Moduleinheit	
OE	Online-Moduleinheit	
VC	Video-Konferenz	

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität für die Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term- Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Schierenbeck, H. / Wöhle, C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre
- Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht
- Weber, J / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling
- Wöhe, G./ Döring, U.; Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Zertifikat Brand Strategy & Marketing

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Thomas Gerlach thomas.gerlach@hs-pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum G 1.111 Gestaltung
Fachgebiet:	Design / Branding / Marketing
Zertifikatsprogramm:	Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Fortgeschrittenes Niveau
Teilnahmevoraussetzung:	Grundkenntnisse Marketing
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende des Studiengangs Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Marken erzeugen Herzflimmern und sind Symbole für Lebensstile. Marken können aber auch zum negativen Fokuspunkt für Ablehnung und Misserfolg werden. Marken übertragen Identität, schaffen ein Wir-Gefühl und positionieren sowohl Unternehmen, als auch die Käufer und Benutzer. Im Kern dieser Vorlesung geht es um die Entwicklung von Erfolgspotentialen durch Marken-, Design- und Marketingstrategien. Das Vorgehen ist getrieben von der Kraft der Emotionen und deren Wirkung, dies aber auf einem Fundament von Fach- und Verknüpfungskompetenz.

In der Zukunft suchen die Menschen noch intensiver nach Sinn, nach Orientierung und inspirierendem Neuen. Marken werden so immer mehr zu Sinnstiftern, geben Fokussierung, leiten die Innovationen und richten die Entwicklungen aus. Marken sind mit ihren weichen und harten Faktoren und Werten somit die wesentlichen Schlüsselfaktoren für den Erfolg.

Die Vorlesungen und Übungen entwickeln bei den Teilnehmern kreative Kompetenz, zeigen Werkzeuge und Prozesse auf, erproben Vorgehensweisen in einem Feld, das sowohl weiche als auch harte Faktoren in Wirkungskonzepten verzahnt. Die Vorlesung gestaltet sich durch Vortragspräsentationen, Beispiele aus der Praxis, eigenen Projekten und Übungen. Im Zentrum steht eine eigene Markenentwicklung, die bis zur Customer Journey und der Toplevel Marketingstrategie das Erlernte durchgängig erprobt und am Ende mit einem präsentablen Ergebnis endet.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die unterschiedlichsten Modelle der Markenstrategien,
- ✓ entwickeln einen eigenen Markenansatz: Intension, Idee (Story), Innovation, Interaktion,
- ✓ formulieren ein Zukunftsszenario: Vision, Mission, Strategie, Handlungsfelder,
- ✓ gestalten ein Zukunftsbild: Wertbilder, Wertbegriffe, Tonalität, Gefühle und Wirkungen,
- ✓ leiten eine Designstrategie ab,
- ✓ gestalten die Customer Journey & Experience,
- ✓ entwickeln Touchpoints,
- ✓ formulieren eine Toplevel Marketingstrategie,
- ✓ kennen die Prozesse der Umsetzung und Kontrolle.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Anwendung von Branding- und Marketing-Strategien und Methoden zu unterschiedlichen Unternehmensausrichtungen (Start-Up, Internationalisierung, Profilschärfung, etc.) • Schärfung der eigenen kreativen Potentiale 	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisbeispiele, Projekt zur eigenen Erprobung und Entwicklung, • Präsentationen, Diskussionen und Ausarbeitungen
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Einbindung der Übungen in HeedPF dem interdisziplinären Institut der HSPF - Human Engineering & Empathic Design 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekte und Übungen
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Markenanalyse und weitere Analysemethoden aus dem Marken- und Marketing-Kontext zur Entwicklung von Erfolgspotentialen im Kontext der strategischen Unternehmensführung • Design- und Problemlösemethoden zur nachhaltigen Problemlösung 	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentationen und kurze Referate • Übungen zu den Methoden
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Ganzheitliches Marken-, Design- und Marketingverständnis • Erkennen von Erfolgspotentialen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung Marken-, Design- und Marketingstrategien, Übernahme von Rollen im Innovationsprozess
5. Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Teamfähigkeit, kreative Eigenpositionierung, Ausdrucksfähigkeit auch in emotionalen Aspekten • Lernerfolgskontrolle • Kommunikationsfähigkeit in Diskussionen und Feedbackfähigkeit bei Auswertungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen, Diskussionen, Projekt, Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Markenstrategien	PE
2.	Designstrategien	
3.	Customer Journey	
4.	Marketingstrategien	
5.	Intension, Idee (Story), Innovation, Interaction: <i>Projektstart</i>	OE 1
6.	Zukunftsszenarien formulieren Vision, Mission, Strategie, Handlungsfelder, ToDo´s: <i>Projektskizze</i>	OE 2
7.	Zukunftsbilder gestalten Wertbilder, Wertbegriffe, Tonalität, Gefühle und Wirkung: <i>Projektfundament</i>	OE 3
8.	Designstrategien ableiten <i>Kreative Projektumsetzung</i>	OE 4
9.	Diskussion	VC
10.	Customer Journey & Experience Touchpoints: <i>Kreative Projektumsetzung</i>	OE 5
11.	Top-Level Umsetzung	OE 6
12.	Präsentation, Verteidigung, Diskussion	PE
13.	Handouts: <i>Projektdokumentation</i>	

PE	Präsenz-Moduleinheit
OE	Online-Moduleinheit
VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität für die Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben. In der Online-Phase bietet der Lehrende zusätzliche Online-Präsentations- und Korrekturtermine an, um die Projektentwicklung zielgerichtet vorwärts zu treiben. In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Brandmeyer, K. / Pirck, P. / Pogoda, A. / Prill, C.: Marken stark machen
- Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis
- Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung
- Kotler, P. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V.: Grundlagen des Marketing
- Levinson, J.-C.: Guerilla Marketing des 21. Jahrhunderts: Clever werben mit jedem Budget
- Mono, M.: Branding: Vom Briefing bis zur Marke
- Sawtschenko, P.: 30 Minuten für die erfolgreiche Positionierung
- Wheeler, A.: Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team

Zertifikat Leadership

Kennziffer:	XX
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Stephan Fischer; W 3.1.02, Kolloquium gemäß LSF oder nach Vereinbarung per E-Mail: stephan.fischer@hs-pforzheim.de
Fachgebiet:	Human Resources Competence Center
Zertifikatsprogramm:	Innovation
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 bis 180 Stunden / ca. 8 h pro Woche
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Level:	Fortgeschrittenes Niveau
Teilnahmevoraussetzung:	Change Management
Verwendbarkeit:	Der Kurs ist verpflichtend für alle Studierende des Studiengangs Strategisches Innovationsmanagement (M.A.)
Lehrform	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder Klausur (60 Min.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Nach Drucker bedeutet Management die Dinge richtig zu machen. Führung (Leadership) bedeutet hingegen, die richtigen Dinge zu tun. Führung ist dabei nach einem klassischen Verständnis "die unmittelbare, absichtliche und zielbezogene Einflussnahme durch Inhaber von Vorgesetztenpositionen auf Untergebene mit Hilfe von Kommunikationsmitteln". Aber reicht dieses Verständnis von Führung heute tatsächlich noch aus? Ist es wirklich noch geeignet, die aktuellen Herausforderungen der Führung zu bewältigen? Wohl kaum!

Die 4. Industrielle Revolution stellt die Führungskräfte vor ganz andere Herausforderungen: Kollaboration, Digitalisierung und Vernetzung sind nur einige Schlagworte, die im Zusammenhang mit einer modernen Arbeitswelt an Bedeutung gewinnen. Mitarbeitende verstehen sich nicht mehr als

Unterstellte. Sie wollen auf Augenhöhe in Entscheidungen eingebunden sein. Zudem erobert "die Generation Y" die Unternehmen. Diese Altersgruppe hat ganz eigene Vorstellungen von offener Kommunikation und wechselseitigem Feedback, was die Führungskräfte vor zusätzliche Herausforderungen stellt. In den letzten Jahren sind so ganz neue Führungsmodelle entstanden, die diesen Herausforderungen entsprechen. Diese neuen Führungsmodelle (laterale Führung, transformationale Führung, Empowering Leadership, Shared Leadership und das demokratische Unternehmen) stehen im Zentrum der Lehrveranstaltung.

In dieser Lehrveranstaltung sollen die Teilnehmenden ein tieferes Verständnis der aktuellen Führungsansätze entwickeln, die vor dem Hintergrund der eigenen praktischen Erfahrungen hinsichtlich ihrer Relevanz im Unternehmen diskutiert werden. Dabei steht neben der individuellen Passung zu den einzelnen Personen auch die Passung zum jeweiligen organisationalen Kontext (und hier insbesondere zur Unternehmenskultur) im Zentrum der Betrachtung. Die Vorlesung gestaltet sich durch Vortragspräsentationen, Beispiele aus der Praxis, eigene Projekte und Übungen. Im Zentrum steht, abgeleitet aus den Anforderungen der organisatorischen Rahmenbedingungen und gespiegelt an den eigenen persönlichen Präferenzen der Teilnehmer, die Entwicklung eines eigenen Führungsverständnisses.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ können die Grundbegriffe der Führung adäquat in den organisationalen Kontext einbinden und verstehen den Zusammenhang zwischen Führung und anderen Determinanten wie Struktur, Kultur, Strategie etc.,
- ✓ kennen die *traditionellen Modelle* der Personalführung: Grundlagen der Mitarbeiterführung, Führungsstil, Führungsverhalten, kooperative und situative Führung, partizipatives Management, Delegation und Management by Objectives sowie das Mitarbeitergespräch als zentrales Führungsinstrument in der Praxis,
- ✓ verstehen die *modernen Modelle* der Personalführung: laterale Führung, transformationale Führung, Empowering Leadership, Shared Leadership, das demokratische Unternehmen und die Führung ohne Führungskraft und können diese vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen der modernen Arbeitswelt einordnen,
- ✓ entwickeln ein eigenes Führungsverständnis, abgeleitet aus den Herausforderungen der Führungssituation und der eigenen Führungsrolle,
- ✓ formulieren ein Zukunftsbild der Führung 4.0,
- ✓ erkennen den Zusammenhang zwischen neuen Führungsmodellen, wie dem Shared Leadership und der Innovationskraft im Unternehmen.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

Programmziel	Kursbeitrag zum Programmziel	Assessment
1. Wissenschaftliche Fachkompetenz zum interdisziplinären Innovationsmanagement (Wissensverbreiterung)	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Anwendung von traditionellen wie modernen Ansätzen der Personalführung im Unternehmenskontext der modernen Arbeitswelt • Schärfung des eigenen Verständnisses von Führung 	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisbeispiele, Projekt zur eigenen Erprobung und Entwicklung eines Führungsansatzes zur Diskussionen mit Präsentationen und Ausarbeitungen
2. Methodenkompetenz zur angewandten Innovationsforschung (Wissensvertiefung)	<ul style="list-style-type: none"> • Einbindung der Übungen dieses Moduls in aktuelle Forschung z.B. zum agilen Unternehmen des Instituts für Personalforschung der HSPF, welche im Zusammenhang mit Innovation und Anpassung von Unternehmen steht 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekte, Diskussionen und Übungen
3. Analysekompetenz von Aufgaben und Problemstellungen mit Relevanz zur strategischen Innovation (Systemische Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des Führungsstils sowie Nutzung einschlägiger Führungstests zum besseren Verständnis der eigenen Führungspräferenzen im Kontext der strategischen Unternehmensführung 	<ul style="list-style-type: none"> • Testverfahren, Präsentationen und kurze Referate • Übungen zu den Methoden
4. Anwendungskompetenz zum praxisorientierten Innovationsmanagement (Instrumentale Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Verständnis des möglichen Beitrags der Personalführung zur Förderung der Innovation im Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der Führungsansätze im unternehmerischen Innovationsprozess

5.	Methodenkompetenz und Sozialkompetenz in der Interaktion in Gruppen (Kommunikative Kompetenz)	<ul style="list-style-type: none"> • Teamfähigkeit, Ausdrucksfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit in Diskussionen und Fähigkeit zum Feedback bei Auswertungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen, Diskussionen, Projekt, Teaminteraktionen in Gruppenarbeiten
----	--	---	--

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und / oder eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Organisationaler Rahmen: Führung im Kontext von Innovation	PE
2.	Anforderungen an moderne Führung: Arbeitswelt 2.0-4.0	
3.	Klassische Führungsmodelle	
4.	Ansätze moderner Führung 4.0	
5.	Führungssituationen und deren spezifische Herausforderungen in der Praxis beschreiben (3 Ebenen Modell): <i>Projektstart</i>	OE 1
6.	Menschenbilder und grundlegende Annahmen zu Führung formulieren: <i>Projektskizze</i>	OE 2
7.	Führungsleitlinien formulieren inkl. Bezug zu den möglichen Handlungsfeldern in den konkreten Führungssituationen: <i>Projektfundament</i>	OE 3
8.	Führungsinstrumente aus den Leitlinien ableiten und in Bezug zu den Handlungsfeldern stellen: <i>Kreative Projektumsetzung I</i>	OE 4
9.	Diskussion	VC
10.	Employee Journey & die Führungskraft als erster Personalentwickler: <i>Kreative Projektumsetzung II</i>	OE 5
11.	Top-Level Umsetzung: Was sind Schritte zur Veränderung der bestehenden Führung hin zu der im Projekt erarbeiteten neuen Führung?	OE 6
12.	Präsentation, Verteidigung, Diskussion: Welches Führungsverständnis aus dem Projekt (OE1 – OE6) würden Sie implementieren und wie würden Sie das machen?	PE
13.	Handouts: <i>Projektdokumentation</i>	
	PE Präsenz-Moduleinheit	
	OE Online-Moduleinheit	
	VC Video-Konferenz	

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Zertifikatsprogramm verfolgt den Ansatz des Blended Learnings. Hierfür werden Präsenz- mit Onlinephasen kombiniert, um die Vorteile beider Methoden zu verknüpfen und die Flexibilität für die Teilnehmer zu erhöhen. In den Onlinephasen wird auf aktivierende Maßnahmen gesetzt, sodass auf verschiedenen Kanälen angesprochen und motiviert wird. Die Inhaltsvermittlung findet videobasiert und textbasiert (mit Interaktionsmöglichkeiten) statt. Die Lernenden können die Inhalte zeitlich flexibel und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Zudem werden die Onlinephasen mit Onlinetests (Selbst-Evaluation) angereichert, um das entwickelte Wissen zu festigen und unmittelbares Feedback über den aktuellen Lernstand zu geben.

In der Online-Phase bietet der Lehrende zusätzliche Online-Präsentations- und Korrekturtermine an, um die Projektentwicklung zielgerichtet vorwärts zu treiben.
In den Präsenzveranstaltungen sowie in der Mid-Term-Videokonferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Arnold, H.: Wir sind Chef: Wie eine unsichtbare Revolution Unternehmen verändert
- Boerner, S.: Keine Dirigenten – aber viele Führende. Das Orpheus Chamber Orchestra, Organisationsentwicklung
- Cole, T.: Digitale Transformation: Warum die deutsche Wirtschaft gerade die digitale Zukunft verschläft und was jetzt getan werden muss!
- Neuberger, O.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung
- Rosenstiel, L. / Regnet, E. / Domsch, M.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement
- Sattelberger, T. / Welppe, I. / Boes, A.: Das demokratische Unternehmen: Neue Arbeits- und Führungskulturen im Zeitalter digitaler Wirtschaft
- Seiffter, H. / Economy, P.: Das virtuose Unternehmen. Die Methode des Orpheus Chamber Orchestra
- Schulenburg, N.: Führung einer neuen Generation: Wie die Generation Y führen und geführt werden sollte
- Wunderer, R. / Küpers, W.: Demotivation – Remotivation: Wie Leistungspotenziale blockiert und reaktiviert werden