

MODULHANDBUCH

Berufsbegleitender
Masterstudiengang Strategisches
Innovationsmanagement M.A.
Stand 05.01.2024

Inhalt

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement M.A. – Übersicht	4
Lernziele	7
Qualifikationsmodule 1a: Grundlagen BWL für Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss (18 Credits zu belegen)	8
Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	8
Modul: Finance & Controlling	11
Modul: Innovation Analytics	15
Modul: Wirtschaftspolitik	17
Modul: Rechtsgrundlagen im Innovationsmanagement	20
Qualifikationsmodule 1b: Grundlagen der Technik für Wirtschaftswissenschaftler (18 Credits zu belegen)	23
Modul: Digitale Transformation	23
Modul: Basic Engineering & IoT	26
Modul: Technologiemanagement (Industrie 4.0)	29
Modul: Rechtsgrundlagen im Innovationsmanagement	32
Pflichtbereich: Innovationsmanagement	35
Modul: Innovationsmanagement	35
Modul: Brand Strategy & Marketing	39
Modul: Change Management	42
Modul: Leadership	45
Modul: Strategic Management	48
Wahlpflichtbereich: Innovationsmanagement II (12 Credits zu belegen)	52
Modul: Lean Production	52
Modul: Lean Management	56
Modul: Economic Sustainability	59
Modul: KI – Data Analytics	63
Modul: Design Thinking	65
Weitere Module (genaue Beschreibung siehe Qualifikationsmodule 1 a) und b)	68
Pflichtbereich II	69
Modul: Strategisches Unternehmensplanspiel	69
Modul: Interdisziplinäre Projektarbeit	72
Modul: Interdisziplinäres Thesisprojekt	75

Ansprechpartner

Prof. Dr. Sascha Wolf
Studiengangleiter Strategisches Innovationsmanagement M.A.
Professor für Volkswirtschaftslehre

Anja Sperl M. A.
Studiengangkoordination
Tel: 07231 / 28 6037

Celina Hermann M. A.
Blended Learning – Didaktik & Produktion
Tel.: 07231 / 28 6705

Email: weiterbildung@hs-pforzheim.de
Web: www.hs-pforzheim.de/weiterbildung

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement M.A. – Übersicht

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 Module 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 Innovations-, Veränderungs- und Qualitätsmanagement. Im Bereich Marketing und Vertrieb agieren Absolventen als Schnittstellenmanager zwischen technischer und gestalterischer Produktentwicklung und -vermarktung.

Berufsbegleitender Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement

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

Umfang: Zwölf Module plus Masterthesis

Dauer: Drei - sechs Semester nach Immatrikulation

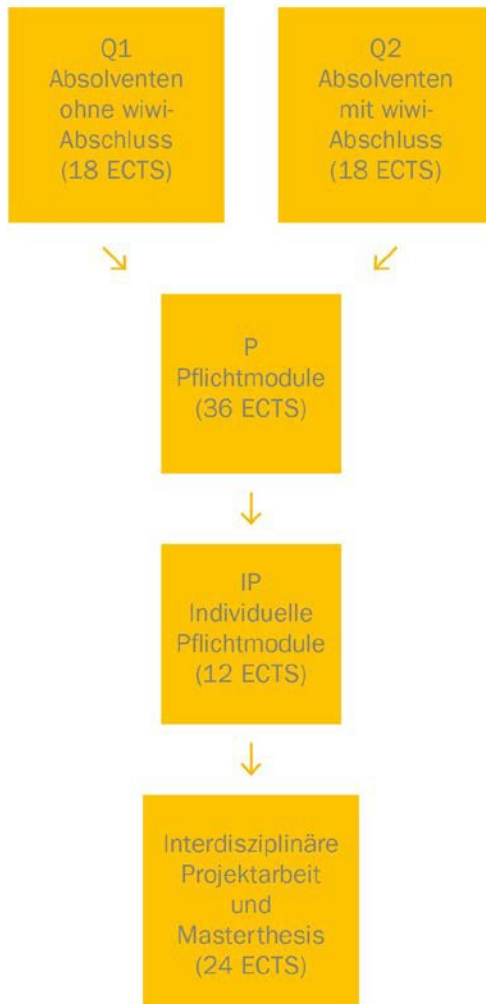
Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Aufbau des Masters Strategisches Innovationsmanagement

Die Studiendauer kann mit der Anzahl der belegten Module pro Semester an die persönliche Karriere- und Lebensplanung angepasst werden. **Eine Mindest- oder Höchstzahl an zu absolvierenden Modulen pro Semester gibt es nicht.**

Die Qualifizierungsmodule sind in Abhängigkeit von der Fachrichtung des Erstabschlusses zu belegen. Absolventen mit wirtschaftswissenschaftlichem Erstabschluss belegen Module aus den Bereichen Technik und Design, Absolventen ohne wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss belegen Module aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre und Recht.

Was das Zertifikatsprogramm und den Master besonders macht



Flexibles Studienmodell für Berufstätige

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

Aktivierendes Blended Learning-Konzept

Das neue Programm verfolgt den didaktischen 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 Programm 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, 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.

Individuelle Profilbildung durch Wahlmöglichkeiten

Die interdisziplinäre Ausrichtung des Masters eröffnet Wahlmöglichkeiten und eine Schwerpunktbildung im technischen, betriebswirtschaftlichen oder gestalterischen Bereich. So kann dem Studium ein persönlicher Stempel aufgedrückt werden.

Qualifikationsziele und Berufsaussichten

Der Masterstudiengang richtet sich an Führungs- und Nachwuchsführungskräfte mit akademischem Erstabschluss, die mit Aufgaben des Veränderungs- und Innovationsmanagements betraut sind oder perspektivisch vor der Übernahme solcher Aufgaben stehen. Berufsfelder/-bereiche liegen sowohl in klassischen Unternehmensfunktionen wie Forschung und Entwicklung, Einkauf und Logistik sowie Produktion, aber auch in typischen Querschnittsbereichen wie Technologie-, Veränderungs- und Qualitätsmanagement. Im Bereich Marketing und Vertrieb agieren Absolventen als Schnittstellenmanager zwischen technischer und gestalterischer Produktentwicklung und -vermarktung.

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.

Kompetenztabelle

Module	Wissen und Verstehen			Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen		Kommunikation und Kooperation	Wissenschaftliches Selbstverständnis und Professionalität
	Wissensverbreiterung	Wissensvertiefung	Wissensverständnis	Nutzung und Transfer	Wissenschaftliche Innovation		
Basic Engineering & IoT	X	X	X	X	X	X	X
Brand Strategy & Marketing	X	X	X	X		X	
Change Management	X		X	X		X	X
Design Thinking	X			X		X	X
Digitale Transformation	X	X	X	X		X	
Economic Sustainability	X		X	X		X	
Finance & Controlling	X	X	X	X		X	
Grundlagen der BWL	X	X	X	X		X	
Innovation Analytics	X	X	X				
Innovationsmanag.	X	X	X	X	X	X	
KI – Data Analytics	X	X	X	X			X
Leadership		X	X	X		X	X
Lean Management		X		X		X	
Lean Production	X	X	X	X			
Strategic Management	X	X	X	X		X	X

Strateg. Unternehmenspl.	X	X	X	X		X	X
Technologiemanagement	X	X	X	X	X	X	X
Wirtschaftspolitik	X	X	X	X		X	

Lernziele

Folgende Lernziele werden im Master „Strategisches Innovationsmanagement“ angestrebt:

Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs „Strategisches Innovationsmanagement“

1. können fundierte Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis stellen sowie diese kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anwenden und kritisch bewerten. Sie sind in der Lage, aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln.
(Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen)
2. sind in der Lage, Herausforderungen für das Strategische Innovationsmanagement zu erkennen. Sie können Problemstellungen analysieren und kreative Lösungen für komplexe Probleme entwickeln sowie kommunizieren und umsetzen.
(Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld)
3. können unterschiedliche Forschungsmethoden erläutern, kompetent anwenden und darüber hinaus durch Studien neuartige Erkenntnisse für das Strategische Innovationsmanagement generieren.
(Angewandte Forschungskompetenz)
4. sind in der Lage, Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren sowie erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.
(Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten)

Qualifikationsmodule 1a: Grundlagen BWL für Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss (18 Credits zu belegen)

Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Kennziffer:	SIM5110
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Gerhard Janes gerhard.janes@hs.pforzheim.de
Fachgebiet:	Betriebswirtschaft und Recht
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 110 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 16 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Klausur (90 Minuten)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Das Lehrgangsmodul „Grundlagen der Betriebswirtschaft“ beginnt mit einer Einführung in die Grundlagen und –begriffe der Betriebswirtschaftslehre sowie die wirtschaftlichen Kennzahlen eines Unternehmens. Anschließend werden Entscheidungen im Unternehmen, auch anhand verschiedener Modelle der Entscheidungstheorie beschrieben, um insbesondere Verständnis für die Herausforderungen der Unternehmensführung bei unsicheren Erwartungen zu schaffen. Rechtsformen, die Wahl des Standortes und die Formen der unternehmerischen Zusammenarbeit werden als konstitutionelle Entscheidungen intensiv dargestellt, da sie die Grundlagen für das unternehmerische Handeln bilden. Mit Marketing, Produktion, Materialwirtschaft & Logistik werden drei der klassischen betriebswirtschaftlichen Funktionen im Unternehmen in den Fokus genommen. Schließlich wird die Funktion des Personalmanagements umrissen und ein erster Einblick in die Organisationstheorie vermittelt. Abschließend werden Managementansätze und der Regelkreislauf des Managements, sowie einige Elemente der Unternehmensstrategie vorgestellt

Alle Inhalte werden anhand von Übungsaufgaben und Fallstudien vertieft, die von den Teilnehmenden eigenständig bearbeitet und anschließend gemeinsam besprochen werden.

Lernziele

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt

- ✓ ...wichtige betriebswirtschaftliche Grundbegriffe sicher abzugrenzen, Finanz- und Produktivitätskennzahlen zu ermitteln und zu interpretieren
- ✓ ...grundlegende betriebswirtschaftliche Modelle (ökonomisches Prinzip, Entscheidungstheorie) auf unterschiedliche Fragestellungen anzuwenden
- ✓ ... die Bedeutung von konstitutionelle Entscheidungen wie Rechtsformwahl, Standortwahl von Unternehmen oder Modelle der unternehmerischen Zusammenarbeit einzuschätzen
- ✓ ...einen Überblick über die Teilgebiete des Beschaffungsmarketings, der Materialwirtschaft und Logistik zu gewinnen und die Modelle zur Beschaffungs- und Lagerplanung zielgerichtet anzuwenden und zu bewerten.
- ✓ ...die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Produktionsprozesse zu verstehen, Entscheidungen der Produktionsplanung anhand betriebswirtschaftlicher Modelle zu treffen und anhand der Modellprämissen kritisch zu hinterfragen
- ✓ ...die wesentlichen Instrumente des Marketing-Mix zu kennen und deren Vorteilhaftigkeit in bestimmten Entscheidungssituationen zu beurteilen.
- ✓ ...Managementansätze zur Unternehmensführung und Ansätze der Organisationstheorie zu kennen und ihre Stärken und Schwächen kritisch zu hinterfragen.
- ✓ ...die Grundlagen der betrieblichen Personalarbeit mit ihren unterschiedlichen Teilgebieten zu verstehen.
- ✓ ...verantwortliches Handeln im Bereich Personalarbeit zu erkennen und zu reflektieren.
- ✓ ...verantwortliches Handeln in Unternehmen und Organisationen zu reflektieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

-Angaben folgen-

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch eine Klausur (90 Minuten) am Ende des Semesters erbracht.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung	PE
2.	Die Wirtschaft, Bedürfnisse, Güter, Unternehmen und Haushalte	
3.	Das Wirtschaften im Unternehmen	
4.	Einordnung und Ansätze der Betriebswirtschaftslehre	
5.	Entscheidungsorientierte BWL	OE 1
6.	Rechtsformen	OE 2
7.	Unternehmerische Zusammenarbeit	
8.	Standortwahl	OE 3
9.	Materialwirtschaft und Logistik	
10.	Produktion	OE 4
11.	Marketing - Einführung	VC
12.	Marketing	OE 5
13.	Organisation	OE 6
14.	Personalführung	
15.	Unternehmensführung	PE
16.	„Debriefing“	

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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) und Quizduellen 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Thommen, J.P./Achleitner, A.-K.
- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht.
-
- Wöhe, G./Döring, U.
- Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.
-
- Schuh, G., Schmidt, C.
- Produktionsmanagement
-
- Wannenwetsch H.
- Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung
-
- Meffert, H./Baumann, C./Kirchgeorg, M.
- Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele
-
- Holtbrügge D.
- Personalmanagement

Modul: Finance & Controlling

Kennziffer:	SIM5020
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Reinhard Rupp Reinhard.rupp@hs-pforzheim.de (Virtuelle) Sprechstunde nach Vereinbarung per Mail
Durchführung Management Simulation	Lars Andraschko M. A. Institut für Management-Simulation Lars.Andraschko@hs-pforzheim.de (Virtuelle) Sprechstunde nach Vereinbarung per Mail
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 50 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 36 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der mehrperiodischen Fallstudie (5 Planperioden in den Onlineeinheiten 1 bis 3) 40 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	20% Fallstudie (Management Simulation); 25% Unternehmenspräsentation, 15% Testfragen zu Online Einheiten und 40% Klausur (45 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 Teilnehmenden lernen die Grundlagen für die finanzorientierte Steuerung unternehmerischer Aktivitäten anhand konkreter Unternehmensdaten kennen sowie die finanziellen Auswirkungen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen zu prognostizieren. Ein Fokus liegt hierbei auf dem Controlling von Forschungs- und Entwicklungsprozessen inkl. Projektcontrolling. An der Schnittstelle zur Bilanzierung und Jahresabschlussanalyse werden Methoden zur Planung, Analyse und Kontrolle der Unternehmensfinanzen vermittelt und in einer Fallstudie (Management-Simulation/ Planspiel) über mehrere Perioden angewandt und kritisch analysiert. Die Studierenden werden auf das Treffen von Investitionsentscheidungen im Kontext der strategischen Unternehmensführung und des Innovationsmanagements vorbereitet.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ verstehen die Zusammenhänge zwischen Liquidität, Erfolg und Kapitaleffizienz als die wesentlichen Größen der Unternehmenssteuerung.
- ✓ sind in der Lage kurz- und langfristige Wirkungen von Vertriebs-, Produktions- und Entwicklungsentscheidungen zu unterscheiden
- ✓ verfügen über die nötigen Kenntnisse, um anhand konkreter Unternehmensdaten Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Cashflow-Statements zu analysieren
- ✓ haben ein Verständnis für die Relevanz von Planung und Kontrolle im Rahmen eines Controllingkonzepts
- ✓ können die klassischen Verfahren der Investitionsrechnung bei sicheren und unsicheren Erwartungen auf komplexe Sachverhalte (Innovationen) anwenden und deren Aussagefähigkeit und Grenzen beurteilen,
- ✓ verstehen, wie entscheidungsrelevante Informationen der Kosten- und Leistungsrechnung 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, die Finanzlage und den Finanzbedarf abschätzen,
- ✓ können Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden				
		Teilnahme Fallstudie	Referat Fallstudie	Testfragen OEs (schriftlich)	Referat Unternehmen	Schriftliche Klausur
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	10 %	10 %	15 %	25 %	40 %
		Gruppenleistung	Einzelleistung	Einzelleistung	Einzelleistung	Einzelleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen						
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	...wertorientierte Unternehmensführung auf (inter-) organisationale Zusammenhänge unter Beweis zu stellen.	x	x			
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	...Liquidität, Erfolg und Kapitaleffizienz als die wesentlichen Größen der Unternehmenssteuerung anzuwenden. ...anhand konkreter Unternehmensdaten Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Cashflow-Statements zu analysieren. ...die Relevanz von Planung und Kontrolle im Controlling zu verstehen. ...klassische Verfahren der Investitionsrechnung bei sicheren und unsicheren Erwartungen auf komplexe Sachverhalte (Innovationen) anzuwenden und deren Aussagefähigkeit und Grenzen zu beurteilen. ...entscheidungsrelevante Informationen der Kosten- und Leistungsrechnung in Unternehmen zu verwenden.			x	x	x

	...finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse und klassische Kennzahlensysteme zur Beurteilung des Erfolgs von Innovations- und Unternehmensstrategien einsetzen. ...Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf die Unternehmensergebnisse, die Finanzlage und den Finanzbedarf abschätzen.					
2 Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld						
2.1	...Herausforderungen für das Strategischen Innovationsmanagement zu erkennen.	...kurz- und langfristige Wirkungen von Vertriebs-, Produktions- und Entwicklungsentscheidungen zu unterscheiden.	x	x		X
2.2	...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	...wesentliche Ursache-Wirkungszusammenhänge erkennen. ...Schlussfolgerungen/zukünftige Maßnahmen auf einem wissenschaftlichen Niveau ableiten.		x	x	X
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten						
4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	...wesentliche Entscheidungsgründe, erreichte und nicht erreichte Ziele (inkl. verhaltensorientiertes Controlling, wertorientierte Unternehmensführung) kommunizieren.		x	x	X
4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	... Unternehmensdaten im Team diskutieren und Handlungsfelder identifizieren. ...Prozesse der Entscheidungsfindung effizient und konstruktiv gestalten.	x		x	

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Bearbeitung der Fallstudie / Präsentation und eine Klausur am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung, Kennenlernen	PE
2.	Grundverständnis und Einordnung Finance & Controlling inkl. Verhaltensorientiertes Controlling (Behavioral Controlling)	
3.	Einführung Management-Simulation: Teamfindung, Geschäftsjahr 1	
4.	Strategische Umsetzung, Auswertung Geschäftsjahr 2, Durchführung Geschäftsjahr 3	OE 1
5.	Finanzplanung, Auswertung Geschäftsjahr 3, Durchführung Geschäftsjahr 4	OE 2
6.	Auswertung Geschäftsjahr 4, Durchführung Geschäftsjahr 5	OE 3

7.	Die (drei) Evolutionsstufen und die (drei) Perspektiven der Unternehmenssteuerung; Praxisfall Unternehmensanalyse	OE4
8.	Präsentationen / Diskussionen Auswertung Geschäftsjahr 5 Aufgabenstellung Unternehmensanalyse	
9.	Vom Accounting zum Controlling inkl. sog. „Controlling 4.0“ Businesspläne und langfristige Entscheidungen	OE 5
10.	Innovationscontrolling vs. Entwicklungscontrolling Projektcontrolling bei klassischem und agilem Projektmanagement	OE 6
11.	Vorstellung und Diskussion eigener Unternehmensanalysen	PE
12.	Praxisbeispiele Innovations- und Projektcontrolling	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das modular aufgebaute Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Die nachfolgend genannten E-Books sind für die Modulteilnehmer über die Hochschulbibliothek erreichbar:

Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia B.; Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre

<https://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/460317>

Amann, Klaus/Petzold, Jürgen; Management und Controlling

<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-05126-6>

Hubert, Boris; Grundlagen des operativen und strategischen Controllings

<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-07894-2>

Ewert, Ralf/Wagenhofer, Alfred; Interne Unternehmensrechnung

<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-642-35961-3>

Wagenhofer, Alfred/Ewert, Ralf; Externe Unternehmensrechnung

<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-662-45016-1>

Becker, Hans Paul; Investition und Finanzierung

<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-11070-3>

Gleich, Ronald/Schimank, Christof (Hrsg.); Innovationscontrolling

<https://www.redi-bw.de/start/fhpf/WISO-eBooks/HAUF.AHAU.VHAU/9783648065297286>

Im Rahmen des Kurses werden hieraus konkrete Literaturstellen sowie weitere, spezifische Quellen und Material bereitgestellt.

Modul: Innovation Analytics

Kennziffer:	SIM5060
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Torben Kuhlenkasper Torben.Kuhlenkasper@hs-pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde/Kolloquium in Raum W4.1.02 oder online unter www.office.kuhlenkasper.de im alfaview-Office.
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 80 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 20 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 26 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss, Wahlpflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Klausur (60 Minuten)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Das Modul vermittelt Methoden zur Vorbereitung, Durchführung und statistischen Auswertung von Innovationen in Unternehmen. Die Inhalte werden durch Videobeiträge zur Statistischen Innovationsplanung (SIP) vermittelt und durch begleitende Übungen vertieft. Das Modul stellt eine Vielzahl von Werkzeugen zur grundlegenden und fortgeschrittenen Analyse von Innovationen - und somit von Experimenten - zur Verfügung. Dabei werden neben klassischen Methoden der sog. ANOVA auch gängige moderne Alternativen vorgestellt und softwaregestützt angewendet. Hier kommt die zunehmend beliebte und frei verfügbare Software R zum Einsatz. Eine grundlegende Einführung in die Software steht ebenfalls im Modul bereit.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ können einfache betriebliche Innovationen als Experimente planen,
- ✓ können sicher mit der Software R Ergebnisse auswerten,

- ✓ können quantitative Ergebnisse im Kontext betrieblicher Prozesse kommunizieren,
- ✓ können mit Hilfe der Statistischen Innovationsplanung (SIP) auch komplexer Innovation in Unternehmen planen, durchführen und quantitativ auswerten,
- ✓ können mit Hilfe von Hypothesentests valide und reliabel Rückschlüsse auf den Innovationsprozess geben,
- ✓ kennen neben den klassischen Auswertungsmethoden auch alternative Möglichkeiten zur Bewertung von Innovationen als Experimente.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

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

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Organisatorisches & Einführung	PE
2.	Einfache Experimente als Einführung in die SIP	OE 1
3.	Zweifaktorielle SIP	OE 2
4.	k-faktorielle SIP	OE 3
5.	Unbalancierte Experimente	OE 4
6.	Übungen	VC
7.	Diskussion	
8.	Annahmen und Voraussetzungen klassischer Methoden der SIP	OE 5
9.	Alternative Auswertungsmethoden der SIP	OE 6
10.	Übungen	PE
PE	Diskussion	
PE	Präsenz-Moduleinheit	VC Videokonferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur

- Kuhlenskasper, T. und Handl, A. (2019): Einführung in die statistische Auswertung von Experimenten – Theorie und Praxis mit R. Springer.

Modul: Wirtschaftspolitik

Kennziffer:	SIM5050
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Sascha Wolf sascha.wolf@hs-pforzheim.de wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W4.1.04 (gemäß LSF oder nach Vereinbarung)
Fachgebiet:	Volkswirtschaftslehre
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 60 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 30 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 36 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	gemäß Prüfungsordnung
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende ohne wirtschaftswissenschaftlichen Erstabschluss, wird auch als Zertifikat angeboten.
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referate (Präsentationen) 1/3 und Klausur (60 Minuten) 2/3
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Warum hakt es in der Klimapolitik? Was bedeutet Covid-19 für unser Sozialsystem? Welche Folgen hat der Brexit? Warum machen wir die Rente nicht wirklich sicher? Wirtschaftspolitik ist Gesellschaftspolitik. Gerade die Corona-Krise hat gezeigt, dass kaum ein anderer Politikbereich unser tägliches Leben, unser gesellschaftliches Miteinander und unsere Lebensgrundlage in so vielfältiger und entscheidender Weise beeinflussen, beeinträchtigen oder beflügeln kann. Wer die Beweggründe politischer Entscheidungen verstehen, wirtschaftliche Zusammenhänge erkennen sowie die Wirkungen staatlichen Handelns beurteilen möchte, für den führt an dem Studium der Volkswirtschaftslehre kein Weg vorbei. Denn Sie bildet die Grundlage der Wirtschaftspolitik.

Doch es geht um mehr als um Zahlen und Formeln – es geht um ein grundsätzliches Verständnis darüber, welche Wirkungsmechanismen unsere marktwirtschaftlich orientierte Welt zusammenhalten, voran- oder auch auseinandertreiben. Die Politik vollführt den schwierigen Balanceakt zwischen wirtschaftlicher Vernunft, ethisch-gesellschaftlicher Notwendigkeit und öffentlichem Rückhalt. Die Veranstaltung möchte als möglicher Wegweiser durch dieses komplexe wirtschaftspolitische Labyrinth dienen, indem sie nicht nur das notwendige Handwerkszeug zum Verständnis von Politik und Wirtschaft vermittelt, sondern darüber hinaus aktuell relevante Themen diskutiert und Hintergründe analysiert.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ verfügen über ein fundiertes Grundwissen der mikro- und makroökonomischen Theorie,
- ✓ können ökonomische Modelle selbständig auf wirtschaftspolitische Fragestellungen anwenden,
- ✓ kennen den politischen Gesetzgebungsprozess und verstehen politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse,
- ✓ kennen die wirtschaftspolitischen Akteure sowie deren Bedeutung und Funktionen in der politischen Willensbildung,
- ✓ erkennen unterschiedliche wirtschaftspolitische Konzeptionen und verstehen die Bedeutung des staatlich gesetzten Ordnungsrahmens,
- ✓ können die Rolle des Staates zur Internalisierung von Marktversagen, der Verhinderung von Marktmacht und als Korrektiv sozialer Verwerfungen einschätzen,
- ✓ sind in der Lage, tagespolitische Themen aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und zu diskutieren.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch Präsentation zweier Referatsthemen im Rahmen der Midterm-Videokonferenz sowie der abschließenden Präsenz-Moduleinheit (Gewichtung: 1/3) sowie durch eine Klausur (60 Minuten) am Ende des Semesters erbracht (Gewichtung: 2/3). Die Ergebnisse gehen entsprechend der Gewichtung in die Note des Moduls ein.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung in die Volkswirtschaftslehre Einführung in die Wirtschaftspolitik Fallbeispiele	PE
2.	Grundlagen der Mikroökonomik	OE 1
3.	Grundlagen der Makroökonomik	OE 2
4.	Grundlagen der Wirtschaftspolitik	OE 3
5.	Grundlagen der politischen Ökonomik	OE 4
6.	Präsentation und Diskussion	VC
7.	Wirtschafts- und Sozialpolitik	OE 5
8.	Umweltpolitik und Nachhaltigkeit	OE 6
9.	Präsentation und Diskussion Wiederholung und Vertiefung	PE

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)

- Blanchard, Illing, Makroökonomie, Pearson
- Blankart, Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen
- Hauff, Nachhaltige Entwicklung, DeGruyter-Oldenbourg
- Krugman, Obstfeld, Melitz, Internationale Wirtschaft, Pearson
- Mankiw, Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel
- Mussel, Pätzold, Grundzüge der Wirtschaftspolitik
- Pindyck, Rubinfeld, Mikroökonomie, Pearson
- Rudzio, Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, Springer

Modul: Rechtsgrundlagen im Innovationsmanagement

Kennziffer:	SIM5120
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Steffen Kroschwald
Fachgebiet:	Wirtschaftsrecht
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 46 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 40 Stunden Vorbereitung der Fallstudie und Präsentation 40 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE], Video-Konferenz [VC] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Die Gesamtnote setzt sich zusammen aus der Bewertung der Fallstudie mit Präsentation (25% der Gesamtnote) und einer Klausur (75% der Gesamtnote)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Dieses Modul führt in die Welt des Rechts der Innovationen ein. Es gibt einen Einblick in die für das Innovationsmanagement relevanten Rechtsbereiche. Es zeigt insbesondere Funktion des Rechts in innovativen Unternehmen und bei Entwicklungsprozessen und digitalen Geschäftsmodellen.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ Kennen die Funktionen des Rechts in Innovationsprozesse
- ✓ Haben die Grundkenntnisse, um rechtliche Fragen in Innovationsprozessen in verschiedene Rechtsgebiete einordnen zu können, erkennen mögliche Problemlagen und erste Lösungsansätze
- ✓ Sind in der Lage, Innovationsprozesse so zu gestalten, dass sie auch die erforderliche Klärung Rechtsfragen und die Einbindung des Rechts ausreichend berücksichtigen

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Präsentation, Fallstudien und eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht. Fallstudien und Präsentationen sind zu bestehen (UPL), die Klausurnote bildet die Gesamtnote.

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit		Lehrform
1.	Einführung in die Veranstaltung	PE
2.	Einführung in das Recht und Methoden	
3.	Überblick über das Recht im Innovationsmanagement	
4.	e-Commerce-Recht und das Vertragsrecht über digitale Produkte	OE 1
5.	Lauterkeitsrecht und Immaterialgüterrecht	OE 2
6.	Wettbewerbsrecht und Recht der neuen Medien	OE 3
7.	Datenschutzrecht	OE4
8.	Fortsetzung Datenschutzrecht	VC
9.	Fallstudie	
10.	Produktsicherheits- und Produkthaftungsrecht	OE 5
11.	Plattformrecht	OE 6
12.	Präsentationen	PE
13.	Klausurübungen	
14.	Abschluss	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Gildeggen/Lorinser/Willburger u.a., Wirtschaftsprivatrecht – Kompaktwissen für Betriebswirte
- Hartmut Eisenmann/Ulrich Jautz, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrechte, 10. Auflage, C.F. Müller Verlag
- dtv/Beck-Taschentext „IT- und Computerrecht“

- Hoeren, T., Internetrecht, kostenlos downloadbar: http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/materialien/Skript/Skript%20Internetrecht_April_2016.pdf
- Kilian/Heussen, Computerrecht – Informationstechnologie in der Rechts- und Wirtschaftspraxis
- Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Kommentar
- Roßnagel, Beck'scher Kommentar zum Recht der Telemedien
- Taeger/Gabel, Bundesdatenschutzgesetz (mit TMG und TKG), Kommentar
- Aktuelle Literatur über beck-online.de

Qualifikationsmodule 1b: Grundlagen der Technik für Wirtschaftswissenschaftler (18 Credits zu belegen)

Modul: Digitale Transformation

Kennziffer:	SIM5420
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Peter Weiß W 2.2.25, Kolloquium gemäß LSF oder nach Vereinbarung per E-Mail: peter.weiss@hs-pforzheim.de
Fachgebiet:	Technik
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 8 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 24 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 62 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 16 Stunden Klausurvorbereitung/Abschlussvortrag
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende mit wirtschaftswissenschaftlichem Erstabschluss; Wahlpflichtmodul; wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Digitalisierung und Digitale Transformation stehen für neue innovative Geschäftsmodelle und implizieren adaptive Logiken für die Wertschöpfung von Unternehmen. Gesellschaftliche Veränderungen, ein verändertes Kundenverhalten und nicht zuletzt neue technologische Trends, allen voran die Digitalisierung stellt alle Unternehmen, unabhängig von der jeweiligen Branche, vor große Herausforderungen. Die Chancen der Digitalisierung zum Vorteil des eigenen Unternehmens zu nutzen, stellt aktuell eine der zentralen strategischen Aufgabenstellungen für das Management dar. Dafür sind notwendige Maßnahmen sowie Transformations- und Veränderungsprozesse anzustoßen. Hierzu wiederum sind notwendige Fähigkeiten im Unternehmen aufzubauen, um die anstehenden Aufgaben der digitalen Transformation erfolgreich zu meistern. Im Rahmen des Moduls werden notwendige Fähigkeiten beleuchtet und anhand von Referenzlösungen und Referenzrahmenwerke validiert. Das Modul vermittelt notwendiges Wissen, Fertigkeiten und Kompetenzen, um geeignete Lösungsansätze bzw. technische Lösungen zu entwerfen und umzusetzen. Das Ziel des Moduls ist es, anhand von konkreten Fallbeispielen und von Anwendungsfällen grundlegende Konzepte, Methoden und Verfahren sowie Werkzeuge vorzustellen. In Summe ergibt sich hieraus ein Werkzeugkasten für spätere Konkretisierungen und Lösungsdesigns zur erfolgreichen Gestaltung der digitalen Transformation im Unternehmen. Notwendige Anforderungen und Fähigkeiten zur Umsetzung von digitalen Geschäftsmodellen werden anhand von

Anwendungsfällen abgeleitet und auf konkrete Architekturebenen und (technische) Systeme projiziert. Das Ziel ist es, Entwürfe für konkrete Lösungsansätze zu entwickeln und anhand der abgeleiteten Anforderungen zu validieren.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ Kennen und verstehen die Herausforderungen der Digitalisierung und die Notwendigkeit zur digitalen Transformation,
- ✓ Verstehen die technischen und funktionalen Grundlagen von Digitalen Service Systemen und zugehörige Architekturmodellen,
- ✓ Können die Veränderungstreiber und deren Wirkungsweise hinsichtlich der digitalen Transformation aufzählen und argumentieren,
- ✓ Kennen geeignete Verfahren und Methoden für Analyse und Design von Lösungen zur digitalen Transformation und können diese einsetzen,
- ✓ Können anhand der Analyse von Praxisbeispielen und Anwendungsfällen systematisch Fähigkeiten für die digitale Transformation ableiten und beschreiben,
- ✓ Können anhand von Fallbeispielen und Anwendungsfällen eine Konzeptualisierung von Lösungsansätzen und –designs umsetzen, präsentieren und bewerten,
- ✓ Können einen Katalog von funktionalen und nicht-funktionalen Anforderungen für die Entwicklungsprozesse und –projekte von konkreten technischen Systemen und Lösungen formulieren und kommunizieren,
- ✓ Können Referenzrahmenwerke und Standards für die Synthese und Validierung von eigenen Lösungsdesigns bewerten und einsetzen.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit		Lehrform		
1.	Organisatorisches & Einführung	PE		
2.	Digitale Service Strategien			
3.	Digitale Service Systeme			
4.	Referenzlösungen und Lösungsansätze (Initialer Start Projektarbeit)			
5.	Open Service Innovation (Handlungsbedarf identifizieren, Fähigkeiten): <i>Anforderungen, Fähigkeiten</i>	OE 1		
6.	Referenzarchitekturen (IoT-Architektur)	OE 2		
7.	Digitale Plattform-Architektur	OE 3		
8.	Service-Dominierte Architektur (<i>Fallstudie</i>)	OE 4		
9.	Übungen	VC		
11.	Modellierung von Systemen/Architekturen	OE 5		
12.	Agiles Projektmanagement/Entwicklung (Durchführung)	OE 6		
16.	Präsentation, Verteidigung, Diskussion (Ergebnis Projektarbeit)	PE		
17.	Handouts: <i>Projektdokumentation</i>			
PE	Präsenz-Moduleinheit	OE Online Moduleinheit	VC	Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Arthur, W.B.: The Nature of Technology. Free Press, New York, 2009.
- Chesbrough, H.: Open Services Innovation. Jossey Bass, Wiley, San Francisco, 2011.
- Keller, W.: IT-Unternehmensarchitektur: Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung; dpunkt.verlag.
- Oesterreich, B.: Analyse und Design mit UML 2.3: Objektorientierte Softwareentwicklung; 9. Auflage, München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2009.
- Oesterreich, B., Weiss, C.: APM – Agiles Projektmanagement.
- Warg, M.; Weiß, P.; Engel, R.; Zolnowski, A.: Service Dominant Architecture based on S-D logic for Mastering Digital Transformation: The Case of an Insurance Company. In: Proceedings RESER Conference, 08-11. September, Naples, 2016.

Modul: Basic Engineering & IoT

Kennziffer:	SIM5490
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Mike Barth Mike.barth@hs-pforzheim.de Kolloquium: Nach Vereinbarung via E-Mail oder Skype
Fachgebiet:	Technik
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 36 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 50 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der mehrperiodischen Fallstudie 40 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende mit wirtschaftswissenschaftlichem Erstabschluss; wird auch als Zertifikat angeboten
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 Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Veranstaltung richtet sich an Studierende mit einem betriebswirtschaftlichen Bachelor-Abschluss und legt die Grundlagen für ein umfassendes Verständnis unserer „digitalen Welt“. Mit dem Fokus auf die digitale Produktion erhalten die Studierenden zunächst eine Einführung in die 3. Industrielle Revolution, d.h. die computer-basierte Steuerung von Produktionsprozessen mithilfe von eingebetteten Systemen. Dies beinhaltet sowohl IEC 61131-3 konforme Steuerungsprogrammierung als auch die Architektur von automatisierten Prozessen. Auf diese Grundlagen aufbauend widmet sich die Veranstaltung dem Übergang zur aktuell stattfindenden 4. Industriellen Revolution (Industrie 4.0) und deren technische Aspekte. Anhand von anschaulichen Beispielen wird diskutiert, welche Auswirkungen die Vernetzung von Produktionsprozessen auf die bislang hierarchische Struktur von Automatisierungssystemen hat und welche Herausforderungen in Bezug auf Safety (Sicherheit für Mensch, Maschine und Umwelt) und Security (Sicherheit von Daten) zu bewältigen sind.

Im Anschluss an die Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die Technik hinter modernen Produktionsprozessen zu verstehen, zu analysieren und eigenständig zu implementieren. Es wird ein grundlegendes Vokabular vorhanden sein, welche insbesondere die innerbetriebliche Kommunikation mit Ingenieuren fördert. Aufbauend auf diesen Grundlagen können neue Konzepte für die digitale Revolution erdacht und gemeinsam umgesetzt werden.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen die Grundzüge der Automatisierung von Produktionsprozessen,
- ✓ kennen die Struktur und Architektur automatisierter Prozesse,
- ✓ können Automatisierungssysteme in Grundzügen gemäß der IEC 61131-3 programmieren bzw. deren vorhandene Implementierung analysieren,
- ✓ sind in der Lage, die Auswirkungen von vernetzten Systemen in Bezug auf die Themen Safety und Security abzuschätzen und ggf. Maßnahme zur Risikominimierung zu treffen,
- ✓ können ein gegebenes Produktionssystem zu einem Teil eines Cyber Physischen Systems weiter entwickeln,
- ✓ kennen die Grundzüge der Virtualisierung von Automatisierungssystemen und
- ✓ kennen unterschiedliche industrielle Kommunikationsmedien (z.B. Feldbussysteme) in einer modernen Produktion.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

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.	Grundzüge der Automation	
3.	Grundzüge der IEC 61131-3 Programmierung	
4.	Implementierung mit IEC 61131-3	OE 1
5.	Modellierung mit Automaten	OE 2
6.	Modellierung mit Petrinetzen	OE 3
7.	Architekturen von AT-Systemen	OE 4
8.	Einführung in die Fallstudie	
9.	Übungen	VC
10.	Diskussion Fallstudie	
11.	Vernetzung von Produktionssystemen: Modularisierung und deren Bedeutung	OE 5
12.	Virtualisierung von Produktionssystemen: VIBN, CPS und VMachines	OE 6
13.	Präsentation: Ergebnisse des Projektes	PE
14.	Methodenworkshop	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Seitz, M.: Speicherprogrammierbare Steuerungen für die Fabrik- und Prozessautomation. Carls Hanser Verlag Leipzig, 2015.
- Lunze, J.: Ereignisdiskrete Systeme – Modellierung und Analyse dynamischer Systeme mit Automaten, Markovketten und Petrinetzen, Oldenbourg Verlag, 2. überarbeitete Auflage, 2012.
- Lunze, J.: Automatisierungstechnik: Methoden für die Überwachung und Steuerung kontinuierlicher und ereignisdiskreter Systeme, Oldenbourg, 2008.
- Litz, L.: Grundlagen der Automatisierungstechnik: Regelungssysteme, Steuerungssysteme, Hybride Systeme, Oldenbourg, 2005.
- Wellenreuther, G.; Zastrow, D.: Automatisieren mit SPS – Theorie und Praxis, Vieweg+Teubner, 2004.
- Zeitschrift at – automatisierungstechnik, Oldenbourg Verlag: <http://www.oldenbourg-link.com/loi/auto>.
- Zeitschrift atp-edition, di-Verlag: <https://www.di-verlag.de/www.di-verlag.de/atp-edition>.

Modul: Technologiemanagement (Industrie 4.0)

Kennziffer:	SIM5450
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
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 6 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 100 Stunden Vorbereitung/Bearbeitung der Fallstudie und Tests 20 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierenden mit wirtschaftswissenschaftlichem Erstabschluss; wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation
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 Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und 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 Masterprogramm 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-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)**Basisliteratur**

- 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.

Ergänzende Literaturhinweise

- 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.

Modul: Rechtsgrundlagen im Innovationsmanagement

Kennziffer:	SIM5120
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Steffen Kroschwald
Fachgebiet:	Wirtschaftsrecht
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 46 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 40 Stunden Vorbereitung der Fallstudie und Präsentation 40 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Qualifizierungsmodul für alle Studierende, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE], Video-Konferenz [VC] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Fallstudien und Präsentation sind zu bestehen, Klausur (60 Min.) bildet Gesamtnote
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Dieses Modul führt in die Welt des Rechts der Innovationen ein. Es gibt einen Einblick in die für das Innovationsmanagement relevanten Rechtsbereiche. Es zeigt insbesondere Funktion des Rechts in innovativen Unternehmen und bei Entwicklungsprozessen und digitalen Geschäftsmodellen.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ Kennen die Funktionen des Rechts in Innovationsprozesse
- ✓ Haben die Grundkenntnisse, um rechtliche Fragen in Innovationsprozessen in verschiedene Rechtsgebiete einordnen zu können, erkennen mögliche Problemlagen und erste Lösungsansätze
- ✓ Sind in der Lage, Innovationsprozesse so zu gestalten, dass sie auch die erforderliche Klärung Rechtsfragen und die Einbindung des Rechts ausreichend berücksichtigen

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Präsentation, Fallstudien und eine Klausur (60 Min.) während und am Ende des Semesters erbracht. Fallstudien und Präsentationen sind zu bestehen (UPL), die Klausurnote bildet die Gesamtnote.

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit		Lehrform
1.	Einführung in die Veranstaltung	PE
2.	Einführung in das Recht und Methoden	
3.	Überblick über das Recht im Innovationsmanagement	
4.	e-Commerce-Recht und das Vertragsrecht über digitale Produkte	OE 1
5.	Lauterkeitsrecht und Immaterialgüterrecht	OE 2
6.	Wettbewerbsrecht und Recht der neuen Medien	OE 3
7.	Datenschutzrecht	OE4
8.	Fortsetzung Datenschutzrecht	VC
9.	Fallstudie	
10.	Produktsicherheits- und Produkthaftungsrecht	OE 5
11.	Plattformrecht	OE 6
12.	Präsentationen	PE
13.	Klausurübungen	
14.	Abschluss	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Gildeggen/Lorinser/Willburger u.a., Wirtschaftsprivatrecht – Kompaktwissen für Betriebswirte

- Hartmut Eisenmann/Ulrich Jautz, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrechte, 10. Auflage, C.F. Müller Verlag
- dtv/Beck-Taschentext „IT-und Computerrecht“
- Hoeren, T., Internetrecht, kostenlos downloadbar: http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/materialien/Skript/Skript%20Internetrecht_April_2016.pdf
- Kilian/Heussen, Computerrecht – Informationstechnologie in der Rechts- und Wirtschaftspraxis
- Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Kommentar
- Roßnagel, Beck'scher Kommentar zum Recht der Telemedien
- Taeger/Gabel, Bundesdatenschutzgesetz (mit TMG und TKG), Kommentar
- Aktuelle Literatur über beck-online.de

Pflichtbereich: Innovationsmanagement

Modul: Innovationsmanagement

Kennziffer:	SIM5860
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Claus Lang-Koetz claus.lang-koetz@hs.pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W1.4.051
Fachgebiet:	Interdisziplinär
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 55 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 25 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 46 Stunden Seminararbeit
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Seminararbeit (max. 10 Seiten)
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 mit 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).

Weiterhin wird dargestellt, welche Rolle Geschäftsmodelle bei der Entwicklung von Innovationen spielen und welche Aspekte zu berücksichtigen sind, um Nachhaltigkeit als wichtiges Zukunftsthema in das Innovationsmanagement zu integrieren.

Neben der Vermittlung von Konzepten, Prozessen und Methoden werden praktische Übungen, Gruppendiskussionen und der Erarbeitung von Fallstudien durchgeführt und 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 Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden			
		Wählen Sie Prüfungsmethode 1	Wählen Sie Prüfungsmethode 2	Wählen Sie Prüfungsmethode 3	Wählen Sie Prüfungsmethode 4
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	30%	35%	30%	
		Einzelleistung	Gruppenleistung	Einzelleistung	
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen					
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	die Grundlagen des Innovationsmanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse darzustellen	x		x	
	die wissenschaftlichen Zusammenhänge im Innovationsmanagement und auch zu anschließenden Fachgebieten darzustellen	x		x	
	geeignete Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements für das Innovationsmanagement auszuwählen und anzuwenden		x		x
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	beherrschen die Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel ausgewählter Problemstellungen aus der Praxis		x		x
1.3 ...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren.	die Anwendbarkeit der erlernten Konzepte, Methoden und Prozesse am Beispiel von Anwendungsbeispielen aus Unternehmen kritisch einzuordnen		x		x
	einzuordnen, was einerseits Beitrag Kreativität und Offenheit für neue Themenfelder und Ideen und andererseits ein gut strukturiertes methodisches Vorgehen auf der		x		x

		anderen Seite für erfolgreiche Innovationen leisten können,			
1.4	...aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln.	verantwortungsvoll Handlungsoptionen abzuleiten auf Basis einer wissenschaftlich-kritischen Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Innovationsmanagement		x	
2 Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld					
2.1	...Herausforderungen für das Strategische Innovationsmanagement zu erkennen.	auf Basis der erlernten Konzepte, Methoden und Prozess zu erarbeiten, inwiefern das Innovationsmanagement in einem Unternehmen verbessert werden muss		x	x
2.2	...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	Problemstellungen entlang des Innovationsprozesses untersuchen		x	x
2.3	...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln.	geeignete Konzepte incl. Methoden und Prozesse vorzuschlagen, mit denen ein Unternehmen sein Innovationsmanagement verbessern kann		x	x
2.4	...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren um umzusetzen.	Lösungsvorschläge klar darzustellen		x	x
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten					
4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	erarbeitete Praxisvorschläge gut zu erläutern, zu visualisieren und zu präsentieren		x	x
4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	Im Team Lösungsvorschläge für wissenschaftliche Fragestellungen und Praxisprobleme zu erarbeiten		x	

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
Teil 1: Einführung und Grundlagen des Innovationsmanagements Teil 2: Innovationsanstoß und Ideengewinnung (Auslöser für Innovationen, Nutzer und deren Bedürfnisse, Ideengewinnung, Kreativität und Kreativitätstechniken, Design Thinking und Open Innovation) mit Gruppenarbeiten / interaktiven Übungen	PE
Ideenbewertung und –Auswahl (Zielsetzung, Ideenbewertung in der Praxis, qualitative und quantitative Methoden, Praxisbeispiel, Ideenauswahl)	OE 1
Zukunftsthemen (Warum ist die Zukunft so wichtig?, Megatrends und Zukunftsthemen, Technologietrends, Szenariotechnik)	OE 2
Innovationsstrategie (Strategie und Innovationsstrategien: Grundlagen, Methoden: Umfeldanalyse, Benchmarking, SWOT,	OE 3

<p>Lebenszyklusbetrachtung für Technologien und Produkte, Portfolio-Ansätze, Technology-Readiness-Level) Teil 1: Ideenumsetzung und Marketingeinführung (Produktentwicklung / technische Ideenumsetzung, Markteinführung und Innovationsmarketing, Methoden zur Organisation der Ideenumsetzung) Teil 2: Einführung in die Fallstudienarbeit</p>	OE4
<p>Diskussion der Ergebnisse aus den Übungen, Ideen- und Erfahrungsaustausch</p>	VC
<p>Organisation der Innovationsfunktion (idealisierte Innovationsprozess, unterschiedliche Perspektiven auf den Innovationsprozess, Stage Gate-Innovationsprozess, Eingliederung des Innovationsmanagements, Rollen im Innovationsprozess, Innovationskultur)</p>	OE 5
<p>Teil 1: Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement (Einführung: Nachhaltigkeit und Unternehmen, Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement, Nachhaltigkeitstrends im Unternehmensumfeld, Lösungen komplett neu denken, Auswirkungen gezielt analysieren) Teil 2: Neuartige Geschäftsmodelle (Einführung und Beispiele, der Business Model Canvas, St. Gallen Business Model Navigator)</p>	OE 6
<p>Präsentation und Diskussion der in den Gruppen bearbeiteten Fallstudien, Gruppenarbeit an einem Fallbeispiel mit den Methoden Value Proposition Canvas und Business Model Canvas: Verstehen der Kund*innen, Ideengenerierung mit Hilfe alternativer Geschäftsmodelle, Entwicklung eines neuartigen Geschäftsmodells, kollegiale Fallberatung („reale Fallstudie“ aus dem Kreis der Teilnehmenden)</p>	PE

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Das Thema Nachhaltigkeit als integrative Betrachtung von Ökonomie, Ökologie und Sozialem wird dabei als Querschnittsthema betrachtet, aber in OE6 dediziert behandelt.

Lehr- und Lernkonzept

Das Masterprogramm 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-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche 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.
- Osterwalder / Pigneur: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer

Modul: Brand Strategy & Marketing

Kennziffer:	SIM5820
Modulverantwortlicher:	Prof. Thomas Gerlach thomas.gerlach@hs-pforzheim.de Wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum G 1.111 Gestaltung
Fachgebiet:	Design / Branding / Marketing
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 36 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 50 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der mehrperiodischen Fallstudie 40 Stunden Prüfungsvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	Keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation
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 Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit		Lehrform			
1.	Markenstrategien	PE			
2.	Designstrategien				
3.	Customer Journey				
4.	Marketingstrategien				
5.	Intension, Idea (Story), Innovation, Interaction: <i>Projektstart</i>	OE 1			
6.	Zukunftsszenarien formulieren Vision, Mission, Strategie, Handlungsfelder, To Do'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 Masterprogramm 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 die persönliche 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.

Modul: Change Management

Kennziffer:	SIM5830
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli frank.bertagnolli@hs-pforzheim.de W1.4.022, Kolloquium nach Vereinbarung persönlich oder per VC
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 6 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 100 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 12 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 12 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten Pflichtmodul und für das Diploma of Advanced Studies „Lean Expert“
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Hausarbeit (Fallstudie) 50 % und Klausur (60 Minuten) 50 %
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67 %

Kurzbeschreibung

Im Modul Change Management vertiefen die Teilnehmer die Methoden des Change Managements und behandeln 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,
- ✓ haben sich selbst im Veränderungskontext reflektiert und ihre Persönlichkeit weiterentwickelt.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch die Bearbeitung einer Fallstudie in der Onlinephase (50 %) und durch eine schriftliche Klausur (60 Minuten) am Ende des Semesters erbracht (50 %). Die Ergebnisse gehen entsprechend der Gewichtung in die Note des Moduls ein.

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 der Fallstudie	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 Zertifikats-/Masterprogramm verfolgt den Blended-Learning-Ansatz. 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 die persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Basisliteratur

- Claudia Kostka: *Change Management – Das Praxisbuch für Führungskräfte*. Hanser.
- Peter Kruse: *next practice – Erfolgreiches Management von Instabilität. Veränderung durch Vernetzung*. Gabal.

- Frank Bertagnolli, Susanne Bohn, Frank Waible: *Change Canvas - Strukturierter visueller Ansatz für Change Management in einem agilen Umfeld*. Springer Gabler.

Ergänzende Literatur

- John P. Kotter: *Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern*. Vahlen.
- Klaus Doppler und Christoph Lauterburg: *Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen*. Campus.
- Thomas Lauer: *Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren*. Springer Gabler.
- Holger Regber und Klaus Zimmermann: *Change Management in der Produktion*. Mi-Fachverlag.

Modul: Leadership

Kennziffer:	SIM5840
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Cathrin Eireiner; W 3.1.02, Kolloquium gemäß LSF oder nach Vereinbarung per E-Mail: Cathrin.eireiner@hs-pforzheim.de
Fachgebiet:	Human Resources Competence Center
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 26 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 35 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 65 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	Keine (Kenntnisse aus Change Management werden empfohlen)
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und Seminararbeit
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) hingegen, die richtigen Dinge zu tun. Führung ist dabei nach einem klassischen Verständnis "die unmittelbare, absichtliche und zielbezogene Einflussnahme durch Inhaber von Vorgesetztenpositionen auf Unterstellte 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 VUCA 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 wissenschaftlichen Verständnisses zu den aktuellen Führungsansätzen.

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 wissenschaftliches Verständnis von Führung, 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 Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch unterschiedliche Prüfungsformen, d.h. Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) / Präsentation und einer Seminararbeit 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 Masterprogramm 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 verfestigen 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)

Grundlagenliteratur:

- Rosenstiel, L., Regnet, E., Domsch, M., (2014): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement Gebundene Ausgabe, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 7.
- Wunderer, R., (2011): Führung und Zusammenarbeit: Eine unternehmerische Führungslehre Gebundene Ausgabe, Hermann Luchterhand Verlag; Auflage: 9.

Praxisnahe Literatur:

- Arnold, H., (2016): Wir sind Chef: Wie eine unsichtbare Revolution Unternehmen verändert, (Haufe Fachbuch), Haufe Lexware.
- Sattelberger, T., Welppe, I., Boes, A., (2015): Das demokratische Unternehmen: Neue Arbeits- und Führungskulturen im Zeitalter digitaler Wirtschaft (Haufe Fachbuch) Gebundene Ausgabe.

Wissenschaftliche Literatur:

- Bartol, K., & Locke, E., (2006): Empowering Leadership in Management Teams: effects on knowledge sharing, efficacy, and performance. In: Academy of Management Journal 2006, Vol. 49, No. 6, 1239–1251.

Modul: Strategic Management

Code:	SIM5850
Responsible for module:	Prof. Dr. Patrick Planing patrick.planing@hft-stuttgart.de
Topic:	Business Administration
Master:	Strategic Innovation Management
Language:	English
ECTS-Credits:	6
Workload:	150 hours 20 hours of lectures (in person, contact hours) 4 hours of video conferences (mandatory) 72 hours of online units and related workings 30 hours of preparation of case studies and tests 24 hours of exam preparation
Term of module:	One semester
Prerequisites:	None
Usability:	Compulsory module
Didactic concept:	In-class units [PE] and online units [OE]
Test format/duration:	Case studies written assignment & presentation
Requirements to obtain credits:	Pass all required assignments
Contribution of module to final grade:	acc. credits 6 of 90 = 6,67%

Course description

The question of how a firm achieves a sustainable competitive advantage over its competitors while another firm fails to do so lies at the center of strategic management. Why is strategic management of importance to firms? Because research shows that companies with a clearly defined and effectively executed strategy are not only more successful on the long term, but also do perform better and recover faster in crisis situations.

Throughout the module, participants will become familiar with various tools, concepts, and analytical frameworks that enhance their ability to define and analyze strategic problems, and to identify sources of competitive advantages from both an industry and firm-level perspective.

In more detail, the module discusses the different building blocks of strategic management (i.e. initiating strategies, positioning, strategy formulation, evaluating strategies, and implementing strategies) which can help a firm to generate a competitive advantage.

Learning objectives

Having completed this course, participants should be able to:

- ✓ Understand the overall concept and key components of strategic management
- ✓ Perform a strategic analysis of the current industry environment and the potential future

- developments, as well as the key internal resources and capabilities
- ✓ Develop strategic options based on rational analysis and construct an appropriate evaluation framework
- ✓ Support the strategy execution based on the best-practice principles.

Contributions of this module to the program objectives of the master program

Program Intended Learning Outcomes	Course Intended Learning Outcomes	Assessment Method
After completion of the program the students will be able...	After completion of the course the students will be able...	Case Study Presentation
		100%
		Individual
1 Responsible Leadership in Organizational Contexts		
1.1 ...to demonstrate their sound knowledge of strategic innovation management theories and concepts.	<ul style="list-style-type: none"> • to understand the nature and roles of firm resources to be utilized in strategic management processes. 	X
1.2 ...to competently apply strategic innovation management theories and concepts to organizational contexts.	<ul style="list-style-type: none"> • to apply a wide variety of strategic management tools to real life case studies 	X
1.3 ...to critically reflect strategic innovation management theories and concepts.	<ul style="list-style-type: none"> • to understand the link between positioning and gaining competitive advantage. • to understand the relationship between competitive advantage and superior performance. 	X
2 Creative Problem Solving Skills in a Complex Business Environment		
2.1 ...to identify challenges for strategic innovation management.	<ul style="list-style-type: none"> • to understand the relevance of strategic management decisions in a business context. • to understand a firm's objective to create value through strategic management decisions. 	X
2.3 ...to develop creative solutions to complex problems of strategic innovation management.	<ul style="list-style-type: none"> • to apply the steps of the strategic management planning process to an own case study • to develop a structured approach to solving problems with which companies are confronted today and will be in the future. • Developing solutions to future perspectives and evaluating the "most appropriate" solution in order to deliver business competitiveness 	X
3 Applied Research Skills		
3.3 ...to generate novel insights for strategic innovation management through research.	<ul style="list-style-type: none"> • To choose the most appropriate method for business analysis for a given case study and to derive novel insights 	X
4 Communication and Collaboration Skills		
4.1 ...to explain and to communicate measures of strategic innovation management.	Competence in methods for interacting in groups (communicative competence)	X
4.2 ...to successfully collaborate in a team.	<ul style="list-style-type: none"> • To address selected questions/problems relating to business decisions within teams. 	X

Test forms

Assessment is based on the development of a case study throughout the semester with a written strategy report (examination part A 50%) as well as a final presentation and discussion in class (examination part B 50%).

Structure / Content

	Module unit	Didactic concept
1.	Introduction Building blocks of strategic management	PE
2.	Introduction to strategic management Initiating strategies Strategic planning process	OE 1
3.	Strategic analysis I: External focus	OE 2
4.	Strategic analysis II: Internal focus	OE 3
5.	Strategy formulation Development of corporate and business level strategies	OE 4
6.	Recap of OE 1 - 4 Presentation and discussion of assignments	VC
7.	Developing Competitive Advantage	OE 5
8.	Strategy Evaluation & Execution	OE 6
9.	Presentation and discussion of case studies	PE
PE	In-class unit	OE Online unit
		VC Video conference

Teaching concept

The module Strategic Management pursues the approach of blended learning. For this purpose, in-class phases and online phases are combined to use the advantages of both methods and to increase the flexibility for the participants.

By means of online content, the transfer of knowledge is based on video and text (with the possibility of interaction). The participants can work through the content with their own speed and remain flexible. In addition, the online phases are supplemented by online assignments to apply and deepen the acquired knowledge, as well as getting direct feedback. The in-class phases and the mid-term video conference further allow the application of knowledge and personal interaction with the lecturer and other participants.

Recommended readings (always latest edition)

Required reading:

- Johnson, G./Whittington, R./Regner, P./Scholes, K./Angwin, D.: Exploring Corporate Strategy, Pearson.
- Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, Blackwell.
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Schäffer-Poeschel.

Additional readings:

(a) Books:

- Patrick, D., Constantine, A. (2017): Managing Change, Creativity and Innovation, SAGE Publications
- Whittington, D. (2018): Digital Innovation and entrepreneurship. Cambridge University Press
- Harvard Business Review (2009) HBR's 10 Must Reads on Strategy

(b) Articles:

- Collins, J./Porras, J. (1996): Building Your Company's Vision, in: Harvard Business Review, Sep/Oct 1996, pp. 65-77.
- Gluck, F./Kaufman, S./Walleck, A. (1980): Strategic Management for Competitive Advantage, in: Harvard Business Review, Jul/Aug 1980, pp. 154-161.
- Johnson, M./Christensen, C./Kagermann, H. (2008): Reinventing Your Business Model, in: Harvard Business Review, Dec 2008, pp. 52-60.
- Kaplan, R./Norton, D. (1996): Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System, in: Harvard Business Review, Jul / Aug 1996, op. 75-85.

- Mankins, M./Steele, R. (2005): Turning Great Strategy into Great Performance, in: Harvard Business Review, Jul/Aug 2005, pp. 64-72.
- Neilson, G./Martin, K./Powers, E. (2008): The Secrets to Successful Strategy Execution, in: Harvard Business Review, Jun 2008, pp. 60-70.
- Porter, M. (1979): How Competitive Forces Shape Strategy, in: Harvard Business Review, Mar/Apr 1979, pp. 21-38.
- Porter, M. (1987): From Competitive Advantage to Corporate Strategy, in: Harvard Business Review, May 1987, p. 43-59.
- Porter, M. (1996): What is Strategy, in: Harvard Business Review, Nov / Dec 1996, p. 61-78.
- Porter, M. (2008): The Five Competitive Forces That Shape Strategy, in: Harvard Business Review, Jan 2008, pp. 79-93.
- Rappaport, A. (2006): Ten Ways to Create Shareholder Value, in: Harvard Business Review, Sep 2006, pp. 66-77.

Wahlpflichtbereich: Innovationsmanagement II (12 Credits zu belegen)

Modul: Lean Production

Kennziffer:	SIM6030
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli frank.bertagnolli@hs-pforzheim.de W1.4.022, Kolloquium nach Vereinbarung persönlich oder per VC
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 6 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 100 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 12 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 12 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Wahlpflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten Pflichtmodul und für das Diploma of Advanced Studies „Lean Expert“
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Hausarbeit (Aufgabenstellung) 50 %, Abgabe einer Onlineaufgabe (unbenotet) und Klausur (60 Minuten) 50 %
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67 %

Kurzbeschreibung

Das Modul behandelt vertiefend 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 und Ressourceneffizienz eines Unternehmens sowie die Ziele, die sich für Führungskräfte daraus ableiten,
- ✓ können unterschiedliche Managementansätzen auf das Themenfeld anwenden.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden		
		Referat	Hausarbeit	Schriftliche Prüfung
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage, ...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, ...	50 %	unbenotet	50 %
		Einzelleistung	Einzelleistung	Einzelleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen				
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	... ein eigenes Shopfloor Management aufzubauen und zu betreiben.	X		
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	... wesentliche Analysemethoden (Wertstromanalyse) und Methoden aus dem Bereich Lean Production zu unterschiedlichen Themenstellungen in Produktion und Logistik einzusetzen und diese für einfache Fälle in der Praxis anzuwenden.		X	X
1.3 ...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren.	... die Historie, Ansätze und Zusammenhänge des Toyota Produktionssystems sowie weiterer ganzheitlicher Produktionssysteme in den Unternehmenskontext zu setzen.			X
1.4 ...aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln.	... den Menschen im Kontext und Zusammenhang mit einem Lean Produktionssystem zu verstehen und entsprechende damit verbundene kulturelle Lean-Werte zu berücksichtigen.	X		X
2 Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld				
2.1 ...Herausforderungen für das Strategischen Innovationsmanagement zu erkennen.	... Zusammenhänge von Lean Management mit anderen Themenfeldern der BWL in Unternehmen zu deuten und zu verbinden.	X	X	X
2.2 ...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	... Prozesskennzahlen zu finden und Analysemethoden für Prozesse anzuwenden sowie Potenziale zu berechnen.	X	X	X
2.3 ...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln.	... aus Analysen Ableitungen und Soll-Zustände (Prozesse und Wertströme) zu entwickeln sowie Problemlösemethoden für eine nachhaltige Problemlösung einzusetzen.	X	X	X
2.4 ...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren und umzusetzen.	... ein Shopfloor-Management-Board aufzusetzen, vorzustellen und einzuführen.	X		
3 Angewandte Forschungskompetenz				
3.1 ...unterschiedliche Forschungsmethoden zu erläutern.	... die Zusammenhänge von Lean, der Wertstromanalyse und Lean-Kennzahlen zu erläutern und die Wertstromanalyse als gemeinsame Sprache in einem interdisziplinären Umfeld zu nutzen.	X	X	X
3.2 ...relevante Forschungsmethoden kompetent anzuwenden.	... Berechnung durchzuführen, Zusammenhänge und Auswirkungen von Lean auf die Unternehmensprozesse darzulegen und in Kennzahlen darzustellen.	X	X	X
3.3 ...durch Studien neuartige Erkenntnisse für das Strategische Innovationsmanagement zu generieren.	... aus der Kombination von Lean und Ressourceneffizienz die Nachhaltigkeitsaspekte in der Produktion zu integrieren sowie die Wirkung von Lean auf die Produktivität eines Unternehmens und die Ziele, die sich für			X

	Führungskräfte hieraus daraus ableiten, zu kennen.				
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten					
4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	... eigene Shopfloor-Management-Lösungen zu entwickeln, einen Wertstrom zu erstellen und Handlungsfelder abzuleiten und vorzustellen sowie eigene Prozesslösungen zu finden und schriftlich darzulegen.	X	X	X
4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	... im Rahmen von einem gemeinsamen Austausch zu Shopfloor Management zu kommunizieren sowie bei einem Planspiel als Team zu agieren und Rollen in einer Produktion nach den Prinzipien der schlanken Produktion zu übernehmen.	X	X	

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch zwei Hausarbeiten (Bearbeitung von Aufgaben und Darstellung der Lösung) einmal über Shopfloor Management mit 50 % und einmal einer Wertstromanalyse (unbenotet) während dem Semester sowie einer schriftlichen Klausur (60 Minuten) mit 50 % am Ende des Semesters erbracht. Die Ergebnisse gehen gewichtet in die Gesamtnote des Moduls ein.

Gliederung / Inhalt

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

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das Zertifikats-/Masterprogramm verfolgt den Blended-Learning-Ansatz. 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

In diesem Modul kommt eine größere Lean-Simulation in Form einer produzierenden Fabrik zum Einsatz, um die gelernten Methoden zu veranschaulichen und anzuwenden. Die Wirkweisen der Methoden werden somit sofort sichtbar.

Die Beschäftigung mit dem eigenen „Shopfloor Management“ und einem Wertstrom vertiefen die Verbindung von Methodik und Vorgehensweise in der Praxis.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Basisliteratur

- Frank Bertagnolli: *Lean Management – Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*. Springer Gabler.
- Hans-Dieter Zollondz: *Grundlagen Lean Management: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme, Techniken sowie Gestaltungs- und Implementierungsansätze eines modernen Managementparadigmas*. Oldenbourg.
- James P. Womack und Daniel T. Jones: *Lean Thinking*. Campus.

Ergänzende Literatur

- Taijchi Ohno: *Das Toyota-Produktionssystem*. Campus.
- Mike Rother und John Shook: *Sehen lernen: Mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen*. Lean Management Institut.
- Hitochi Takeda: *Das Synchrones Produktionssystem*. Franz. Vahlen.

Modul: Lean Management

Kennziffer:	SIM5305
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr.-Ing. Frank Bertagnolli frank.bertagnolli@hs-pforzheim.de W1.4.022, Kolloquium nach Vereinbarung persönlich oder per VC
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 5 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 50 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 50 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung Methodensteckbrief und Training 25 Stunden Literaturstudium, Recherche und Vertiefung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	Modul Lean Production erfolgreich teilgenommen
Verwendbarkeit:	Wahlpflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten Pflichtmodul und für das Diploma of Advanced Studies „Lean Expert“
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Zwei Hausarbeiten (Studienarbeiten) mit jeweiliger Präsentation (Referat), Gewichtung jeweils 50 %
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistungen
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67 %

Kurzbeschreibung

Die Vorlesung vertieft das Themenfeld Lean Management mit einem breiten Einsatzspektrum der Lean-Prinzipien und der Themen rund um die strategische Ausrichtung eines „Lean Enterprise“ sowie die dazugehörige Führungskultur.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ sind in der Lage das Themenfeld Lean Management zu beschreiben, anzuwenden und in den eigenen beruflichen Kontext einzubringen.
- ✓ können Lean in Ihrem beruflichen Umfeld einsetzen und anderen vermitteln.
- ✓ kennen die Zusammenhänge von Lean und der Betriebswirtschaftslehre.
- ✓ wissen, wie Lean mit Führung und Kultur zusammenhängt.

Beiträge des Zertifikats zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch zwei Hausarbeiten (Seminararbeiten) erbracht, welche zudem präsentiert (Referate) werden.

Es ist ein Methodensteckbrief zu erstellen und zu präsentieren (Gewichtung 50 %). Des Weiteren ist ein Lean-Awareness-Training zu erstellen, zu beschreiben und im Rahmen der Präsenzphase durchzuführen (Gewichtung 50 %).

Gliederung / Inhalt

Moduleinheit		Lehrform
1.	Vertiefung Lean Management	PE
2.	Lean Awareness (Planung und Durchführung) Themenvergabe Methoden	
3.	Vertiefung Lean Administration	OE 1
4.	Produktdesign	OE 2
5.	Lean Development	
6.	Lean in der Planung	OE 3
7.	Low Cost Intelligent Automation	
8.	Lean-Kennzahlen	OE 4
9.	Hoshin Kanri: Zielableitungsprozess	
Diskussion Arbeitsstand Lean-Awareness und Methodensteckbrief		VC
10.	Vertiefung Shopfloor Management	OE 5
11.	Lean Leadership	OE 6
12.	Lean und der Mensch im Mittelpunkt	
Präsentationen Methodensteckbriefe		PE
Präsentationen Lean-Awareness-Training		
PE	Präsenz-Moduleinheit	OE Online-Moduleinheit
		VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das Zertifikats-/Masterprogramm verfolgt den Blended-Learning-Ansatz. 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-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und der persönlichen Interaktion der Teilnehmer.

Das besondere an diesem Modul ist der Ansatz Problemstellungen aus einer fiktiven Firma (KNALSCH GmbH) in Form von kurzen Clips einzubringen. Diese werden im Anschluss durch den Dozenten in einem Gespräch diskutiert. Themen, Geschichten und Inhalte orientieren sich am Buch „Lean Management“ des Dozenten.

In diesem Modul werden Fachthemen durch die selbstständige Erarbeitung eines Methodensteckbriefes vertieft. Zudem ist ein Praxistraining zu entwickeln, in dem das Verständnis und Bewusstsein bei allen Teilnehmern für ein Fachthema mittels einer Planspielsimulation generiert wird.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)**Basisliteratur**

- Frank Bertagnolli: *Lean Management – Einführung und Vertiefung in die japanische Management-Philosophie*. Springer Gabler.

Ergänzende Literatur

- Zur weiteren Vertiefung: siehe Literaturliste im oben genannten Buch „Lean Management“ innerhalb der zugehörigen Kapitel.
- Diverse einschlägige Lean-Literatur zu den Stichworten: Lean Leadership, Hoshin Kanri, Lean Management.
- Bicheno und Thurnes (2016): *Lean-Simulationen und -Spiele*.

Modul: Economic Sustainability

Kennziffer:	SIM6090
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Sascha Wolf sascha.wolf@hs-pforzheim.de wöchentliche Sprechstunde / Kolloquium in Raum W4.1.04 (gemäß LSF oder nach Vereinbarung)
Fachgebiet:	Volkswirtschaftslehre
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 60 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 30 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 36 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	gemäß Prüfungsordnung
Verwendbarkeit:	Im Wahlpflichtbereich des Masters, Pflichtmodul im DAS Economics & Sustainability
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referate (Präsentationen) 1/3 und Klausur (60 Minuten) 2/3
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Verbesserung der „Nachhaltigkeit“ ist in Deutschland zur dominanten langfristigen politischen Zielgröße geworden. Im Mittelpunkt der Debatte stehen dabei der Klimawandel, umweltverträgliche Wertschöpfungsketten und eine weniger stark konsumorientierte Lebensweise. Doch obgleich die Begrenzung der globalen Erwärmung und die Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks zentrale Herausforderungen zur Sicherung unserer zukünftigen Lebensgrundlage darstellen, birgt das Konzept der Nachhaltigkeit ein erhebliches gesellschaftliches Konfliktpotenzial. Dieses reicht von der bislang unzureichenden demokratischen Legitimierung bis hin zu einer sozialverträglichen Umsetzung der sogenannten Nachhaltigkeitswende, die in sämtliche Lebensbereiche hineinragt und eine große Veränderungsbereitschaft der Menschen einfordert. Dazu treten Generationenkonflikte, unterschiedliche Länderinteressen und der Zwang zur internationalen Kooperation. Ziel des Moduls ist es, den Status quo darzustellen, Probleme aufzuzeigen und theoretisch zu analysieren sowie Lösungsoptionen anzubieten. Im Mittelpunkt stehen dabei der Klimawandel, das Spannungsverhältnis zwischen Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit sowie das Wachstumsparadigma der Marktwirtschaft.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ verfügen über fundierte Kenntnisse unterschiedlicher Nachhaltigkeitskonzepte,
- ✓ verfügen über Grundkenntnisse der ethischen Gerechtigkeitstheorie,
- ✓ erkennen das Spannungsverhältnis zwischen Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit,
- ✓ verstehen die wirtschaftspolitischen Besonderheiten des Klimawandels und erhalten einen Überblick über die Herausforderungen der Energiewende,
- ✓ kennen wirtschaftspolitische Instrumente und deren theoretische Grundlagen zur Steuerung klimaschädlichen Verhaltens,
- ✓ wissen vom demographischen Wandel und kennen die daraus folgenden Herausforderungen für das deutsche Sozialsystem,
- ✓ erhalten Einblicke in den Konflikt zwischen Wachstum und ökonomischer Nachhaltigkeit,
- ✓ können ökonomische Modelle selbständig auf ausgewählte wirtschafts- und umweltpolitische Fragestellungen anwenden.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden		
		Wählen Sie Prüfungsmethode 1	Wählen Sie Prüfungsmethode 2	Wählen Sie Prüfungsmethode 3
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	30%	35%	30%
		Einzelleistung	Gruppenleistung	Einzelleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen				
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	die Grundlagen des Innovationsmanagements, dessen Bedeutung für Unternehmen sowie die wichtigsten Konzepte, Methoden und Prozesse darzustellen die wissenschaftlichen Zusammenhänge im Innovationsmanagement und auch zu anschließenden Fachgebieten darzustellen geeignete Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements für das Innovationsmanagement auszuwählen und anzuwenden	x x	 x	x x
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	beherrschen die Anwendung ausgewählter Konzepte und Methoden am Beispiel ausgewählter Problemstellungen aus der Praxis		x	x
1.3 ...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren.	die Anwendbarkeit der erlernten Konzepte, Methoden und Prozesse am Beispiel von Anwendungsbeispielen aus Unternehmen kritisch einzuordnen einzuordnen, was einerseits Beitrag Kreativität und Offenheit für neue Themenfelder und Ideen und andererseits ein gut strukturiertes methodisches Vorgehen auf der anderen Seite für erfolgreiche Innovationen leisten können,		x x	x x
1.4 ...aus einem wissenschaftlichen Selbstverständnis und	verantwortungsvoll Handlungsoptionen abzuleiten auf		x	

	professionellen beruflichen Selbstbild heraus verantwortungsvoll zu handeln.	Basis einer wissenschaftlich-kritischen Auseinandersetzung mit den Grundlagen des Innovationsmanagement			
2	Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld				
2.1	...Herausforderungen für das Strategische Innovationsmanagement zu erkennen.	auf Basis der erlernten Konzepte, Methoden und Prozess zu erarbeiten, inwiefern das Innovationsmanagement in einem Unternehmen verbessert werden muss		x	x
2.2	...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	Problemstellungen entlang des Innovationsprozesses untersuchen		x	x
2.3	...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln.	geeignete Konzepte incl. Methoden und Prozesse vorzuschlagen, mit denen ein Unternehmen sein Innovationsmanagement verbessern kann		x	x
2.4	...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren um umzusetzen.	Lösungsvorschläge klar darzustellen		x	x
4	Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten				
4.1	...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	erarbeitete Praxisvorschläge gut zu erläutern, zu visualisieren und zu präsentieren		x	x
4.2	...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	Im Team Lösungsvorschläge für wissenschaftliche Fragestellungen und Praxisprobleme zu erarbeiten		x	

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch Präsentation zweier Referatsthemen im Rahmen der Midterm-Videokonferenz sowie der abschließenden Präsenz-Moduleinheit (Gewichtung: 1/3) sowie durch eine Klausur (60 Minuten) am Ende des Semesters erbracht (Gewichtung: 2/3). Die Ergebnisse gehen entsprechend der Gewichtung in die Note des Moduls ein.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Konzepte der Nachhaltigkeit Soziale Gerechtigkeit und Gemeinwohl	PE
2.	Perspektiven der Nachhaltigkeitswende	OE 1
3.	Ökologische Nachhaltigkeit I: Das Umweltproblem	OE 2
4.	Ökologische Nachhaltigkeit II: Das Klimaproblem	OE 3
5.	Soziale Nachhaltigkeit: Das Gerechtigkeitsproblem	OE4
6.		VC
7.	Ökonomische Nachhaltigkeit: Das Wachstumsproblem	OE 5
8.	Closing the loop: Wege in die Nachhaltigkeit	OE 6
9.	Präsentationen und Diskussion	PE

PE Präsenz-Moduleinheit

OE Online Moduleinheit

VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Blankart, C.B., Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen München.
- Feess, E., Seeliger, A., Umweltökonomie und Umweltpolitik, Vahlen München.
- Hauff, M.v., Nachhaltige Entwicklung, De Gruyter Oldenbourg.
- Hübner, D., Einführung in die philosophische Ethik, utb Stuttgart.
- Pufe, I., Nachhaltigkeit, utb Stuttgart.
- Synwoldt, C., Dezentrale Energieversorgung mit regenerativen Energien, Springer Wiesbaden.
- Tietenberg, T., Lewis L., Environmental & Natural Resource Economics, Routledge London.

Modul: KI – Data Analytics

Kennziffer:	SIM6070
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Thomas Schuster
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 46 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 50 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 30 Stunden Prüfungsvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Wahlpflichtmodul; wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) und Präsentation
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Menge heterogener Daten, die in allen Bereichen der Gesellschaft, Wissenschaft und Industrie erzeugt und verarbeitet werden wächst mit extremer Geschwindigkeit und betrifft zunehmend unseren Alltag. Dieses anhaltende, exponentielle Wachstum der verfügbaren Daten hat tiefgreifende Folgen. Technologien und Methoden zur Speicherung und Auswertung von Daten haben sich erweitert und sind wesentlich leistungsfähiger geworden. In diesem Modul lernen Sie zunächst praktische Anwendungsfelder für den Einsatz von Methoden aus dem Bereich künstliche Intelligenz (KI) kennen. Einige dieser Methoden (Entscheidungsbäume, Neuronale Netze) mit Schwerpunkt auf maschinellen Lernalgorithmen werden wir anschließend detailliert betrachten. Wir werden diese Verfahren praktisch (mit Hilfe der Programmiersprache Python) anwenden und Möglichkeiten kennenlernen, diese in einem betrieblichen Kontext (mit Hilfe von Cloud-Diensten) einzusetzen.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen Anwendungsfelder zum Einsatz von Verfahren aus dem Bereich künstliche Intelligenz,
- ✓ sind in der Lage anhand eines gegebenen Problems über den Einsatz von Analyse-Methoden zu entscheiden
- ✓ können ein Analyseproblem mit Hilfe von maschinellem Lernen (Entscheidungsbäume, Neuronale Netze) lösen
- ✓ kennen Verfahren zur Validierung von Analyseergebnisse
- ✓ kennen passende Cloud-Dienste und können diese einsetzen, um Analysen durchzuführen

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch Referat / Hausarbeit (Bearbeitung der Fallstudien) sowie deren Präsentation während und am Ende des Semesters erbracht, die gewichtet in die Gesamtnote eingehen.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Anwendungsfälle für künstliche Intelligenz	PE
2.	Methoden in der Datenanalyse	
3.	Google Colab als Umgebung	
4.	Große Datenmengen (Big Data), Anwendungsfälle und Anwendungs-klassen	OE 1
5.	Entscheidungsbäume (Decision Trees & Random Forests)	OE 2
6.	Neuronale Netze (Recurrent Neuronal Networks, Convolutional Neuronal Networks)	OE 3
7.	Datenvorverarbeitung und Bereinigungen	OE4
8.	Mid-Term	VC
9.	(Aufgabenbesprechung zu DT & NN)	
10.	Datenvisualisierung	OE 5
11.	Cloud-basierte Datenverarbeitung und Pipelines (mit AWS)	OE 6
12.	Abschlusspräsentationen	PE
13.	KI im Alltag	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

Python Data Science Handbook
<https://jakevdp.github.io/PythonDataScienceHandbook/>

Modul: Design Thinking

Kennziffer:	SIM5410
Modulverantwortlicher:	Annika Theobald M.A. Annika.theobald@hs-pforzheim.de Marco Di Giacomo M.A. Marco.digiacomio@hs-pforzheim.de Raum: G2.3.03; Östliche-Karl-Friedrich-Str. 24; 75175 Pforzheim Sprechstunde nach Vereinbarung
Fachgebiet:	Interdisziplinäre Gestaltung (Designstrategie)
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 90 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 12 Stunden Vorbereitung und Bearbeitung der Fallstudie und Tests 24 Stunden Klausurvorbereitung
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	Offenheit und Motivation
Verwendbarkeit:	Wahlpflichtmodul; wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Zwischen- und Endpräsentation (Dauer: tba.)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Auf Grundlage umfangreicher Theorie erlernen und erproben die Studierenden die grundlegenden Prinzipien der Methodik "Design Thinking". Dabei setzen sie sich theoretisch mit dem Feld der nutzerzentrierten Innovationsgenerierung sowie der Workshopmoderation im Bereich Kreativmethodik auseinander und sind im Anschluss dazu befähigt, ein erstes eigenes Design Design Thinking Konzept zu entwickeln. Nach Bearbeitung praxisorientierter Fallbeispiele sind sie in der Prüfungsleistung aufgefordert, zwei Konzepte zu erarbeiten:

1: Entwicklung einer nutzerzentrierten Lösungsidee anhand des methodisch vermittelten Grundlagenwissens, u.a. auch Trendresearch

2: Im Anschluss – unter Berücksichtigung der gewonnenen praktischen Erkenntnisse aus Aufgabe 1 und der Wissensvermittlung durch die Prozessbegleitenden Onlineeinheiten – entwickeln die Studierenden ein an ihr Unternehmen angepasstes Workshopkonzept für zukünftig zu realisierende Innovationsvorhaben.

Neben der theoretischen Auseinandersetzung sowie der praktischen Konzeption liegt der unmittelbare Wissenstransfer in den Unternehmen der Studierenden im Fokus.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ kennen und verstehen den Prozess „Design Thinking“ und dessen Grundlagen,
- ✓ haben die wichtige Perspektive, der der Nutzer, erlebt,
- ✓ begreifen die Relevanz und den Mehrwert eines nutzerzentrierten Prozesses und „Empathic Design“,
- ✓ können Design Thinking mit anderen Methoden in Kontext setzen,
- ✓ erkennen Chancen und Schwächen der Methodik,
- ✓ verstehen mutiges, intuitives sowie exploratives Denken und Handeln als Grundlage,
- ✓ können Design Thinking-Teams konzipieren,
- ✓ können in Räumen die Rahmenbedingungen für kreatives Denken optimieren,
- ✓ können Kreativitätsmethoden anwenden,
- ✓ können verschiedene Design Thinking-Auslegungen einordnen,
- ✓ lernen, innovativ methodisch zu denken und zu handeln,
- ✓ lernen, erste eigene Workshops zu konzipieren und zu moderieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethoden	
		Workshop	Konzept & Präsentation
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	50%	50%
		Einzelleistung	Einzelleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen			
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	... die im Strategischen Innovationsmanagement elementare Vorgehensweise Design Thinking zielführend anzuwenden.	x	x
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	... die Vorgehensweise Design Thinking für die eigenen individuellen strukturellen Gegebenheiten der Organisation zuzuschneiden		x
1.3 ...Theorien und Konzepte des Innovationsmanagements kritisch zu reflektieren.	... die methodische Vorgehensweise im Design Thinking Prozess kritisch zu hinterfragen und anzupassen		x
2 Kreative Problemlösungskompetenz in einem komplexen Geschäftsumfeld			
2.2 ...Problemstellungen des Strategischen Innovationsmanagements zu analysieren.	... die Problemstellungen im eigenen Innovations-Umfeld nutzerzentriert zu analysieren.	x	x
2.3 ...kreative Lösungen für komplexe Probleme des Strategischen Innovationsmanagements zu entwickeln.	... kreative und nutzerzentrierte Lösungen für komplexe Probleme im ungewissen Umfeld zu entwickeln.	x	x
2.4 ...Lösungsansätze im Bereich des Strategischen Innovationsmanagements zu kommunizieren um umzusetzen.	... Lösungsansätze bis zur prototypischen Ausgestaltung zu begleiten	x	x
3 Angewandte Forschungskompetenz			
3.2 ...relevante Forschungsmethoden kompetent anzuwenden.	... Studien und Trendforschungs-Berichte Projekt-Relevanz einzusetzen.	x	
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten			
4.1 ...Maßnahmen des Strategischen Innovationsmanagements zu erklären und zu kommunizieren.	... die Vorgehensweise Design Thinking in der Rolle als Facilitator:in anzuleiten.	x	
4.2 ...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	... das kreative Potenzial von Design Thinking im Team nutzbar zu machen.	x	X

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis wird durch zwei Präsentationen, ein Mal während und ein Mal am Ende des Semesters, erbracht.

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Intro Seminarmodul Design Thinking	PE
2.	Einführung/ Relevanz des Themas und Zielsetzung	
3.	Impulsvortrag Design Thinking und Aufgabenstellung der Praxiseinheit	
4.	Praxiseinheit „Design Doing“ – Design Thinking erleben	
5.	Grundlagentheorie – Design Thinking Start; Design Thinking Hintergrund; Design Thinking Säulen; Design Thinking Regeln	
6.	Moderation – Erste Praxisübung	
7.	Rebrief und Aufgabenstellung des Seminarprojekts	
8.	DT Explore. Verstehen: Den Problemraum verstehen	OE 1
9.	Den Prozess explorativ öffnen; Herangehensweise und Lösung von Problemen; Nutzergruppen und Partner	
10.	DT Explore. Beobachten: Die Nutzer/innen verstehen und beobachten	OE 2
11.	Annahmen überprüfen; explorative und qualitative Interviews führen; Interviewguide entwickeln; Insights generieren	
12.	Define: Synthese Explore; Übergang vom Problem- in den Lösungsraum; Definition der Zielsetzung in Form einer Frage	OE 3
13.	DT Create. Ideate: Öffnende und schließende Kreativmethoden	OE 4
14.	Vorbreitende Evaluierungstools; Ergebnisoffenes Denken	
15.	DT Konzeptpräsentation: Vorstellung der bisherigen Ergebnisse	VC
16.	Präsentation Gesamtkonzept; Austausch und Feedback	
17.	DT Create Prototype: Einführung in verschiedene Prototyping Varianten und Umgang mit Material	OE 5
18.	Übersetzung der Ideen vom Immateriellen ins Materielle; Internes Testing	
19.	DT Evaluate Testing: Überprüfung der Prototypen an Nutzern; Externes Testing	OE 6
20.	Verweis Cardboard Engineering; Einarbeitung der Insights	
21.	Vortrag; Präsentation der behandelten Aufgabenstellung und des Konzepts	PE
22.	Austausch und Feedback	
23.	Roadmap für die Implementierung im eigenen Kontext	
24.	Erkannte Grenzen und Hürden im Unternehmen - Strategien	

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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-Video-Konferenzphase bleibt somit mehr Zeit für die Anwendung des Wissens und die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Lysander Weiß/Lucas Sauberschwarz: **Das Comeback der Konzerne**. Wie große Unternehmen mit effizienten Innovationen den Kampf gegen disruptive Start-ups gewinnen, München 2018.
- Gray, Dave/Brown, Sunni/Macanuff, James: **Gamestorming**. Ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren, Köln 2011.
- Dark Horse Innovation: **Digitale Innovation Playbook**. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager. Taktiken, Strategien, Spielzüge, Hamburg 2017.
- Kumar, Vijay: **101 Design Methods**. A Structures Approach for Driving Innovation in Your Organization, Hoboken (New Jersey) 2013.
- Ingrid Gerstbach: **Design Thinking im Unternehmen**. Ein Workbook für die Einführung von Design Thinking, Offenbach am Main 2016.
- Ingrid Gerstbach, **77 Tools für Design Thinker**. Insider Tipps aus der Design-Thinking-Praxis, Offenbach am Main 2016.

Weitere Module (genaue Beschreibung siehe Qualifikationsmodule 1 a) und b)

Modul	Fachgebiet	Kennziffer
Digitale Transformation	Technik	SIM5420
Innovation Analytics	Wirtschaft	SIM5060

Pflichtbereich II

Modul: Strategisches Unternehmensplanspiel

Kennziffer:	SIM6810
Modulverantwortlicher:	Dr. Max Monauni max.monauni@hslu.ch Sprechstunde nach Vereinbarung
Fachgebiet:	Wirtschaft
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	6
Workload:	150 Stunden 20 Stunden Präsenz/Contact Hours 4 Stunden Videokonferenz (verpflichtend) 10 Stunden Bearbeitung Onlineeinheiten 116 Stunden Bearbeitung der Fallstudie (Vorbereitung der Entscheidung und Analyse der Ergebnisse der Geschäftsjahre)
Dauer des Moduls:	Ein Semester
Teilnahmevoraussetzung:	keine
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul, wird auch als Zertifikat angeboten
Lehrform:	Präsenz-Moduleinheiten [PE] und Online-Moduleinheiten [OE]
Prüfungsart/Dauer:	Die vollständige und aktive Teilnahme am Unternehmensplanspiel sowie das Bestehen der mündlichen Prüfung führt zur Anrechnung des Moduls (Prüfungsleistung PLM)
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 6 von 90 = 6,67%

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmenden übernehmen durch das Unternehmensplanspiel „TOPSIM Going Global“ die virtuelle Geschäftsführung eines multinationalen Konzerns, welcher über mehrere Geschäftsjahre durch verschiedene Marktphasen gesteuert wird. Dieser Kurs stellt eine Capstone-Veranstaltung dar. Die Studierenden managen Ihre Unternehmen in Teams zunächst in einer der jeweiligen Heimatregionen, die einen von fünf Kontinenten mit deren unterschiedlichen Rahmenbedingungen darstellt. Um neue Wachstumspotentiale zu generieren sowie bestehende Geschäftsmodelle zukünftig abzusichern, ist eine strategisch-orientierte Expansion der Unternehmenstätigkeit von Bedeutung. Die Marktbewertung, -auswahl und -bearbeitung mit den hierbei involvierten Chancen und Risiken sind in diesem „Going Global“-Prozess ähnlich wichtig wie die Identifikation und Bewertung unternehmensspezifischer Stärken und Schwächen. Nach Abgabe der Unternehmensentscheidungen werden die individuellen Ergebnisse direkt im unternehmerischen Berichtswesen sichtbar.

Lernziele

Die Teilnehmenden ...

- ✓ kennen die Inhalte und Ansätze des strategischen Managements und können diese für unternehmensindividuelle Zielsetzungen anwenden,
- ✓ kennen Methoden, Instrumente und Strategien des (internationalen) Marketings und Vertriebs und können strategische Ziele in operative Handlungskonzepte umsetzen,
- ✓ wissen Unternehmensstrategien ganzheitlich auszuarbeiten und systemimmanente Zielkonflikte zu berücksichtigen,
- ✓ können sich innerhalb kurzer Zeit in unterschiedliche betriebswirtschaftliche Fragestellungen der Unternehmensführung einarbeiten, diese fachlich durchdringen, analysieren und auf dieser Grundlage eigene Lösungsansätze zu entwickeln,
- ✓ können die Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen auf die kurz- und langfristigen Unternehmensergebnisse abschätzen,
- ✓ sind in der Lage die Entscheidungsfindungsprozesse im Team konstruktiv und effizient zu gestalten,
- ✓ können mit Teamkonflikten und komplexen Entscheidungssituationen umgehen, die unter Zeitdruck und unsicheren Zukunftserwartungen zu bewältigen sind,
- ✓ sind in der Lage, Verantwortung im Team für eine wertorientierte und nachhaltige Unternehmensführung zu übernehmen und ihre Entscheidungen und die daraus resultierenden Unternehmensergebnisse klar an unterschiedliche Stakeholder zu kommunizieren.

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

Programmziele	Lernziele der Veranstaltung	Prüfungsmethode
Nach Abschluss des Programms sind die Studierenden in der Lage,...	Nach Abschluss der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage,...	Wählen Sie Prüfungsmethode 1 100% Gruppenleistung
1 Verantwortungsvolles Leadership in organisationalen Zusammenhängen		
1.1 ...ihre fundierten Kenntnisse der Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements unter Beweis zu stellen.	Erlernen des Umgangs mit hoher Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen Verständnis für ganzheitlicher Zusammenhänge der strategischen (marketingorientierten) Unternehmensführung	X
1.2 ...Theorien und Konzepte des Strategischen Innovationsmanagements kompetent auf organisatorische Zusammenhänge anzuwenden.	Anwenden des erworbenen Wissens und der Fähigkeiten zur interdisziplinären Problemlösung bei der simulierten Führung eines multinationalen Konzerns. Durch die von Periode zu Periode ansteigende Komplexität lernen die Studierenden, ihre Fähigkeiten zur Problemlösung (mit unterschiedlichen Methoden) immer wieder in neuen, unvertrauten Situationen einzusetzen	X
4 Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeiten		
4.2 ...erfolgreich im Team zusammenzuarbeiten.	Klares und verständliches Aufzeigen der Entscheidungsgründe und die daraus resultierende Unternehmensentwicklung für alle Stakeholder Übernahme von Verantwortung für Ergebnisse (einschließlich Fehler und Schwächen) übernehmen	X

Leistungsnachweis

Die vollständige und aktive Teilnahme am Unternehmensplanspiel sowie das Bestehen der mündlichen Prüfung führt zur Anrechnung des Moduls (Prüfungsleistung PLM).

Gliederung / Inhalt

	Moduleinheit	Lehrform
1.	Einführung in das Planspiel, Teamfindung, Heimatmarktauswahl	PE
2.	Periode 1: Marketing-Mix, Produktionsplanung	
3.	Vorbereitung Periode 2: Anwendung der Instrumente der Unternehmens- und Umweltanalyse	

4.	Periode 2: Marktforschung: Markteintrittsform (neuer Markt), Markterschließung und -bearbeitung	OE 1
5.	Periode 3: Strategische Unternehmensführung	OE 2
6.	Periode 4: Markt- und Teamreflektion	OE 3
7.	Periode 5: Finanzplanung und -entscheidung	OE 4
9.	Aufsichtsratssitzung zu den ersten 5 Perioden: Reflexion des Managementregelkreises, revolvierende Planung	VC
10.	Periode 6: Konkurrenzanalyse auf mehreren Märkten; Optimierung Global Supply Chain	OE 5
11.	Periode 7: Kritische Analyse der eingesetzten Managementinstrumente, Fragen zur HV	OE 6
12.	Periode 8: Verantwortung der Unternehmensergebnisse; Präsentation der Unternehmenswerte in der Hauptversammlung , Brainwalk	PE

PE Präsenz-Moduleinheit OE Online Moduleinheit VC Video-Konferenz

Lehr- und Lernkonzept

Das neue Masterprogramm 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 die persönliche Interaktion der Teilnehmer.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.
- Kaplan, R.S./Norton, D.: Strategy Maps – Der Weg von immateriellen Werten zum materiellen Erfolg, Stuttgart.
- Küting, K.H./Weber, C.P.: Die Bilanzanalyse, Stuttgart.
- Porter, M.: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Wiesbaden.
- Monauni, M.: Fixkostenmanagement – Strategischer Ansatz zur Flexibilisierung von Produktionskapazitäten, Köln.

Modul: Interdisziplinäre Projektarbeit

Code:	SIM6820
Responsible for module:	ALL MSIM lecturers / lecturers at Pforzheim University
Topic:	Business Administration with Engineering or Design
Master:	Strategic Innovation Management
Language:	English
ECTS-Credits:	6
Workload:	150 hours 25 hours of online units (including Pete der Projektleiter) 125 hours to prepare the written term paper and the presentation
Term of module:	One semester
Prerequisites:	Successful completion of at least 42 credits of the Master's program; including 18 credits from the qualification modules
Usability:	Compulsory module
Didactic concept:	Project work
Test format/duration:	Written term paper 50% and presentation (30 minutes) 50%
Requirements to obtain credits:	Pass all required assignments
Contribution of module to final grade:	acc. credits 6 of 90 = 6,67%

Course description

The realization of innovations requires students to deal strategically with ideas, concepts, functionalities, technical processes and product design. Within the framework of the project work, the students are to acquire the ability to work on an issue that has not yet been dealt with in depth, to write a scientific paper and to present the project results. For this purpose, current and relevant topics from one's own company in the respective sub-areas of innovation of interface management can be selected and worked on. The aim is to identify and evaluate innovative technologies within the framework of the project work and to design the organizational processes for later project realization.

Learning objectives

The participants ...

- ✓ are able to analyze complex research or practice topics on innovation management from a holistic perspective in a systematic and method-based manner and to derive their own conclusions.
- ✓ are able to process scientific literature and/or systematize and incorporate practical experience.
- ✓ demonstrate comprehensive expertise in the field of innovation and interface management
- ✓ are able to present their analysis results, conclusions as well as proposals/recommendations convincingly in oral and written form in a target group-oriented manner.

Contributions of this module to the program objectives of the master program

Program Intended Learning Outcomes		Course Intended Learning Outcomes	Assessment Methods	
After completion of the program the students will be able...		After completion of the course the students will be able...	Project Work	Presentation
			50 %	50 %
			Individual	Individual
1 Responsible Leadership in Organizational Contexts				
1.2	...to competently apply strategic innovation management theories and concepts to organizational contexts.	...to apply approaches, processes and instruments of strategic innovation management.	X	
2 Creative Problem Solving Skills in a Complex Business Environment				
2.2	...to analyze problems of strategic innovation management.	...to analyze complex research or practical topics relating to innovation management from a holistic perspective in a systematic and method-based manner.	X	
2.3	...to develop creative solutions to complex problems of strategic innovation management.	...to derive their own conclusions in the field of innovation management on the basis of a comprehensive, systematic analysis and by working on complex problems.	X	
2.4	...to communicate and to conduct solutions in the field of strategic innovation management.	...to describe the results of their scientific work in a structured way.	X	
3 Applied Research Skills				
3.2	...to competently apply relevant research methods.	...to recognize which methods are suitable for dealing with a research question.	X	
3.3	...to generate novel insights for strategic innovation management through research.	...to develop own conclusions and solutions in the field of innovation management.	X	
4 Communication and Collaboration Skills				
4.1	...to explain and to communicate measures of strategic innovation management.	...to present, discuss and defend the results of scientific work in a convincing and target group-oriented manner.		X

Test forms

Proof of achievement is provided by a written paper and a presentation, each of which is weighted 50% in the grade of the module.

Structure / Content

Module unit „Pete der Projektleiter“	Didactic concept
1. Die Bonny-Situation	OE 1
2. Was sind Projekte ?	OE 2
3. Aufbau und Rollen	OE 3
4. Projektphasen und Meilensteine	OE 4
5. Auftragsklärung und W-Fragen	OE 5
6. Stakeholder	OE 6
7. Projektziele	OE 7
8. Projekte richtig starten	OE 8
9. Projektführung	OE 9
10. Das Team involvieren	OE 10
11. Aufwände schätzen	OE 11
12. Aktionspläne und Kommunikation	OE 12
13. Projekt-Controlling	OE 13
14. Kostenplanung	OE 14
15. Auftraggeber ändert Meinung	OE 15
16. Projekte überführen	OE 16
17. Lessons Learned	OE 17

PE In-class unit

OE Online unit

VC

Video conference

Teaching concept

The master's program follows the approach of blended learning. For this purpose, classroom and online phases are combined in order to combine the advantages of both methods and to increase flexibility for the participants. In the online phases, the focus is on activating measures so that participants are addressed and motivated through various channels. The content is conveyed via video and text (within interaction possibilities). Learners can work on the content flexibly and at their own pace. In addition, the online phases are enriched with online tests (self-evaluation) to consolidate the knowledge developed and to provide immediate feedback on the current learning status. In the classroom sessions as well as in the mid-term video conference phase, there is thus more time for the knowledge and the personal interaction of the participants.

Recommended literature (always latest edition)

- Depending on chosen topic

Modul: Interdisziplinäres Thesisprojekt

Kennziffer:	SIM6910
Modulverantwortlicher:	Vorzugsweise alle Professoren, die im MSIM Vorlesungen halten / Professoren der Hochschule Pforzheim
Fachgebiet:	Wirtschaft mit Technik oder Gestaltung
Master:	Strategisches Innovationsmanagement
Lehrsprache:	Deutsch
ECTS-Punkte:	18
Workload:	450 Stunden SIM 6912 Projektsupervision 10 Stunden Supervision / Coaching 65 Stunden Coaching Vor- und Nachbereitung SIM6911 Thesis 375 Stunden zum Anfertigen der Thesis
Dauer des Moduls:	4-8 Monate, abhängig vom Umfang der Berufstätigkeit
Teilnahmevoraussetzung:	Erfolgreicher Abschluss von mindestens 42 Credits des Masterprogramms, wovon 18 Credits auf die Qualifikationsmodule entfallen müssen.
Verwendbarkeit:	Pflichtmodul
Lehrform:	Thesisarbeit (THE)
Prüfungsart/Dauer:	Schriftliche Ausarbeitung (Thesis) mit einer Dauer zwischen 4 Monaten (bei Vollzeitstudium) und maximal 8 Monaten, abhängig vom Umfang der beruflichen Tätigkeit
Voraussetzung für die Vergabe von Credits:	Teilnahme an der Projektsupervision und Bestehen der Prüfungsleistung
Stellenwert der Modulnote für die Endnote:	gem. Credits 18 von 90 = 20%

Kurzbeschreibung

Die Studierenden bearbeiten ein selbst gewähltes Thema Sie lernen, aktuelle Herausforderungen in Wissenschaft und/oder Praxis zu identifizieren, relevante Fragestellungen zu formulieren und eigenständig zu bearbeiten. Sie strukturieren ihre Arbeit in verschiedenen Kontexten (Praxis, Wissenschaft oder Forschung) selbstständig. Neben rein betriebswirtschaftlichen Thematiken können vor allem Thematiken im Schnittfeld von Betriebswirtschaftslehre und Technik bzw. Gestaltung bearbeitet werden. Das Aufgreifen von Themen, die für den eigenen Arbeitgeber relevant sind, ist möglich und erwünscht.

Lernziele

Die Teilnehmer ...

- ✓ sind in der Lage, komplexe Forschungs- oder Praxisthemen zum Innovationsmanagement aus einer ganzheitlichen Perspektive systematisch und methodengestützt zu analysieren und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten
- ✓ können wissenschaftliche Literatur aufarbeiten und Praxiserfahrungen systematisieren und einfließen lassen.

- ✓ zeigen umfassendes Fachwissen im Bereich des Innovations- und Schnittstellenmanagements
- ✓ können ihre Analyseergebnisse, Schlussfolgerungen sowie und Vorschläge/Empfehlungen überzeugend in einer wissenschaftlichen Arbeit präsentieren

Beiträge des Moduls zu den Programmzielen des Masters

- Angaben folgen -

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung (Thesis) mit einer Dauer zwischen 4 Monaten (bei Vollzeitstudium) und maximal 8 Monaten, abhängig vom Umfang der beruflichen Tätigkeit.

Empfohlene Literatur (in den jeweils aktuellsten Auflagen)

- Zum Start: Beck, Hanno: Recherchieren, Strukturieren, Präsentieren: So überzeugen Sie in Abschlussarbeiten, Artikeln, Reports und Vorträgen, C.H. Beck