

|   |                         |                                       |
|---|-------------------------|---------------------------------------|
| <b>Modulbezeichnung</b>   |                         | <b>Kurzbezeichnung</b>                |
| Strategic and Innovation Management   |                         | 12-IM-212-m01                         |
| <b>Modulverantwortung</b>   |                         | <b>anbietende Einrichtung</b>         |
| Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung   |                         | Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät |
| <b>ECTS</b>   | <b>Bewertungsart</b>    | <b>zuvor bestandene Module</b>        |
| 5   | numerische Notenvergabe | --                                    |
| <b>Moduldauer</b>   | <b>Niveau</b>           | <b>weitere Voraussetzungen</b>        |
| 1 Semester  | grundständig            | --                                    |
| <b>Inhalte</b>  |                         |                                       |
| <p>Die Veranstaltung lehrt die Grundlagen des Innovationsmanagements. Dabei wird ein besonderes Augenmerk darauf gelegt die theoretischen Konzepte mit praktischen Beispielen zu illustrieren. Der grundsätzliche Aufbau der Veranstaltung beginnt mit der Idee und endet mit dem Markteintritt einer Innovation. So lässt sich die Veranstaltung grob in zwei Blöcke teilen: 1. "Creating Value" also die Frage, wie Unternehmen Neues schaffen können und 2. "Profiting From Value" also die Frage, wie Unternehmen von den eigenen Innovationen profitieren können. Die praktischen Beispiele kommen aus einer Vielzahl an Industrien wie Spitzenrestaurants, Musik, Konsumgüter, Elektronik und Softwarefirmen.</p> |                         |                                       |
| <b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>  |                         |                                       |
| <p>Der erfolgreiche Abschluss der Veranstaltung befähigt dazu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Relevanz von Innovationen zu verstehen</li> <li>• Quellen von Innovationen zu kennen</li> <li>• Den Prozess der Neuproduktentwicklung zu kennen</li> <li>• Zu wissen, wer die Akteure in Innovationsprozessen sind</li> <li>• Grundlagen von geistigem Eigentum zu verstehen</li> <li>• Zu wissen, wie Innovationen am Markt aufgenommen werden</li> </ul>  |                         |                                       |
| <b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)   |                         |                                       |
| V (2) + Ü (2)<br>Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch   |                         |                                       |
| <b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)   |                         |                                       |
| <p>a) Klausur (ca. 60 Min.) oder<br/> b) Hausarbeit (als Einzel- oder Gruppenarbeit; ca. 10 S. pro Person) oder<br/> c) Mündliche Prüfung (bis zu drei TN, ca. 10 Min. pro TN)<br/> Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch</p>  |                         |                                       |
| <b>Platzvergabe</b>   |                         |                                       |
| --  |                         |                                       |
| <b>weitere Angaben</b>  |                         |                                       |
| --  |                         |                                       |
| <b>Arbeitsaufwand</b>   |                         |                                       |
| 150 h   |                         |                                       |
| <b>Bezug zur LPO I</b>  |                         |                                       |
| --  |                         |                                       |
| <b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>  |                         |                                       |
| <p>Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2021)<br/> Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2021)<br/> Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2021)<br/> Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2021)<br/> Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2021)</p>   |                         |                                       |

Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2022)  
Master (1 Hauptfach) Media Entertainment (2022)  
Master (1 Hauptfach) Psychologie digitaler Medien (2022)  
Exchange Austauschprogramm Wirtschaftswissenschaft (2022)