

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Strategisches Management von Innovation und Wachstum		12-M-MWT-111-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	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Die Veranstaltung behandelt die strategischen Aspekte des Innovationsmanagements, beschäftigt sich also damit, welchen Wert Innovationen für Unternehmen haben, und wie diese strategisch eingesetzt werden können. Dazu wird behandelt, wie Innovationsteams zusammengestellt und geführt werden und wie Nutzer in Innovationsprozesse eingebunden werden können. Ferner wird behandelt, wie die Konzepte Open Innovation, Lean Innovation und Crowdsourcing funktionieren, wie Plattformstrategien für die Produktentwicklung eingesetzt werden können, sowie welche Markteintrittsstrategien und Patentmanagementstrategien in Unternehmen heute zum Einsatz kommen. Um die theoretischen Konzepte zu illustrieren werden aktuelle Fallstudien und Beispiele aus der Industrie herangezogen.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Der erfolgreiche Abschluss der Veranstaltung befähigt dazu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Aufgabenbereich des strategischen Innovationsmanagements zu kennen</li> <li>• Die strategische Relevanz von Innovationen zu verstehen</li> <li>• Aktuelle Trends im Innovationsmanagement zu kennen</li> <li>• Patentstrategien zu kennen</li> <li>• Markteintrittsstrategien zu verstehen</li> <li>• Das Marketing von Innovationen zu kennen</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V + Ü (keine Angaben zu SWS und Sprache verfügbar)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>a) eine semesterbegleitende Leistungsbewertung in der Veranstaltung (z.B. in Form eines Take-Home-Cases, einer Hausarbeit oder einer Präsentation inklusive Folien (ca. 10 S.), Hausarbeit bzw. Vortrag (10 Min.) und einer Klausur (ca. 50 Min.), Gewichtung 4:1 oder b) Klausur (ca. 60 Min.)          Prüfungsturnus: jährlich, SS          Prüfungssprache: Englisch oder Deutsch</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
--		
<b>Lehrturnus</b>		
--		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2011)  
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2011)  
Master (1 Hauptfach) Business Management (2011)  
Master (1 Hauptfach) Economics (2011)  
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2014)  
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2012)  
Master (1 Hauptfach) Chinese and Economics (2014)  
Master (1 Hauptfach) Chinese and Economics (2012)