Modulhandbuch

Innovation Management and Entrepreneurship - Master's Programme

im Sommersemester 2019

erstellt am 29/03/24

cma400 - Introduction to Innovation Management 4
cma405 - Innovation and Leadership 6
cma410 - Project Management in Innovation Processes 7
cma420 - Innovation and Marketing 9
cma425 - Innovation Cooperation and Networks 11
cma440 - Methods of Empirical Social Research 13
cma450 - Project Implementation 14
cma580 - Entrepreneurship 15
cma620 - Internship Project 16
cma630 - Professionalization Module 17
cma430 - TRIZ: Inventive Problem Solving 18
cma435 - Consequences of Innovation and the Social Responsibility 19
cma475 - Innovation and Knowledge Management 21
cma480 - Organisational Development Processes 22
cma485 - Innovation and its Legal Foundations 23
cma490 - Innovation and International Economic Relations 25
cma495 - Patent Management 26
cma500 - Controlling Innovative Projects 27
cma555 - Product Development 29
cma415 - Financing and Evaluating Innovative Projects 30
cma445 - Coaching and Supervision 31

cma590 - Strategic Management 32
cma595 - Sustainability Management 33
cma600 - Change Management 35
cma605 - Human Resource Management 36
cma585 - Company formation, mergers and acquisitions 37
cma615 - Selected aspects of innovation management 38
cma625 - Selected aspects of entrepreneurship 39
mam - Master-Modul 40

Mastermodule

cma400 - Introduction to Innovation Management

Module label	Introduction to Innovation Management
Modulkürzel	cma400
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Fichter, Klaus (module responsibility) • Hintemann, Ralph (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Mit dem Besuch des Moduls sollen die Teilnehmenden: • die Begriffe „Innovation“ und „Innovationsmanagement“ definieren können • verschiedene Arten von Innovationen nennen können und Kriterien für den Neuigkeitsgrad einer Innovation kennen, • die Einflussfaktoren des Innovationsmanagements erläutern können, • die Bedeutung eines „Innovationssystems“ für ein erfolgreiches Innovationsmanagement verstehen, • Arten von Konflikten im Rahmen des Innovationsmanagements kennen, • mögliche Auslöser für Innovationsvorhaben identifizieren können, • Push- und Pull-Faktoren von Innovationsprozessen kennen, • beschreiben können, was unter „Pfadabhängigkeiten“ zu verstehen ist, • erläutern können, was mit „Open Innovation“ gemeint ist, • Kennzeichen einer innovationsfreundlichen Organisation kennen, • verschiedene Formen von Innovationskooperationen unterscheiden können, • erläutern können, was unter einer Innovation Community verstanden wird, • die Besonderheiten des Managements von Innovationsprozessen erläutern können, • die Phasen des Innovationsprozesses unterscheiden und die wesentlichen Ziele erläutern können, • Vorschläge zur Ideenfindung in Ihrem Unternehmen entwickeln können, • Methoden der Bewertung und der Auswahl von Innovationsideen kennen sowie • die Besonderheiten des Innovationsmarketings kennen.
Module contents	Der Innovationsbegriff ist spätestens seit den 1990er-Jahren fest in der Umgangssprache verankert. Wer heute etwas auf sich hält, egal ob in Unternehmen, Verwaltung oder in anderen Organisationen, ist „innovativ“. Dabei wird unterstellt, dass Innovation in einer sich ständig und immer schneller verändernden Welt die passende Antwort und die Lösung für vielfältige Probleme ist, sei es ein härterer internationaler Wettbewerb am Hochlohnstandort Deutschland, die Verteuerung von Energie oder der Klimawandel. Der unbestimmte und inflationäre Gebrauch des Begriffs hat mittlerweile aber auch dazu geführt, dass alles, was ein bisschen neu erscheint oder leicht verändert ist, als „innovativ“ gekennzeichnet wird. Mitunter handelt es sich sogar um das, was in der Innovationsforschung als „Pseudo-Innovation“ bezeichnet wird. Was genau ist aber nun „Innovation“? Auf welche Weise und auf welchen Wegen entsteht sie? Und lassen sich Innovationen genauso „managen“ wie Routineprozesse? Das Modul wird Antworten auf diese Fragen liefern. Es dient der Einführung ins Innovationsmanagement und schafft ein Grundverständnis für die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von Innovationsprozessen. Zudem schafft das Modul die Wissensbasis für die anschließenden Module, die sich wichtigen Einzelaspekten des Innovationsmanagements widmen.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22

		)	
Reference text		Pflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma405 - Innovation and Leadership

Module label	Innovation and Leadership
Modulkürzel	cma405
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Hurrelmann, Karsten (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sollen die Teilnehmenden • die wesentlichen Trends wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung erläutern können • die Idee des Creative Response als Basis für erfolgreiches Innovationsmanagement jenseits von technischen Innovationen anwenden und eigene Beispiele für die unterschiedlichen Innovationstypen darlegen können, • die Charakteristika des Leadership darstellen und anwenden sowie die daraus erwachsenden persönlichen Anforderungen und Spannungen im Unternehmen darlegen können, • die Bedeutung der Reputation von Unternehmen und deren Abgrenzung zur Legitimation sowie die Erfassung von Stakeholdern eines Unternehmens kennen und verstehen, • Kenntnisse zur Szenariomethode und der Tugendethik als moderne Perspektive vorweisen, • das Konzept des Intrapreneurship gegenüber anderen abgrenzen und erforderliche Voraussetzungen hierfür definieren können sowie • die besonderen Bedingungen kleiner und mittelständischer Unternehmen für das Innovationsmanagement kennen.
Module contents	Teils jenseits, teils in Verknüpfung mit der organisatorischen Dimension bildet in diesem Modul die personale Dimension erfolgreichen Innovationsmanagements den Gegenstand der Bearbeitung. Damit ist nicht die Rückkehr zu früheren einseitigen Auffassungen gemeint, dass Menschen (meistens dann Männer) die Geschichte machen. Sehr wohl wird aber dem Umstand Rechnung getragen, dass es gerade im Feld des Innovationsmanagements nicht nur systemische und kulturelle Verhältnisse von Organisationen sind, die für Innovationserfolge zu sorgen vermögen, sondern es auch der visionären, weitsichtigen und für die soziale Umsetzung charismatischen Persönlichkeiten bedarf. Das Modul gliedert sich in die folgenden sechs Abschnitte: a) Megatrends und Leadership für Innovationen, b) Creative response, c) Reputation und Legitimation von Innovationen, d) Personal Social Responsibility, e) Leadership und Intrapreneurship, f) Innovationsmanagement in der Krise.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von 2 bis 3 Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Pflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma410 - Project Management in Innovation Processes

Module label	Project Management in Innovation Processes
Modulkürzel	cma410
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Fischer, Frank (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden haben die • Kenntnis der speziellen Kennzeichen von Innovationsprojekten und Projektlandschaften, • Kenntnis der Bedeutung und der Implikationen des Begriffes „Strategisches Projektmanagement“, • Fähigkeit zur Auswahl und zum Einsatz geeigneter Instrumente zur Unterstützung der strategischen Projektvorbereitung, -planung, -führung, -überwachung und -steuerung, • Kenntnisse der systemtheoretischen Ansätze für strategisches Projektmanagement, Multi-Projektmanagement, Portfolioplanung und -controlling, • Kenntnis der sozialen Strukturen und spezieller Kommunikationssituationen in Innovationsprojekten, • Kenntnis der wesentlichen Unterschiede zwischen realer und virtueller Projektarbeit, • Fähigkeit zur Entwicklung von Handlungskonzepten für die Entwicklung und Steuerung von Innovationsteams, • Kenntnis der Einflussfaktoren für das Management des Projektumfeldes von Innovationsprojekten, • Fähigkeit zur Entwicklung von Handlungskonzepten für das integrierte und strategische Management des Projektumfeldes von Innovationsprojekten, • Fähigkeit zur Planung, Überwachung und Steuerung eines vernetzten Risikomanagements in Innovationsportfolios und -programmen.
Module contents	Die Bedeutung von Projektarbeit in Unternehmen und Organisationen aus den unterschiedlichsten Branchen hat in den zurückliegenden Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. Projektmanagement wird damit immer mehr auch zum strategisch bedeutsamen Tätigkeitsfeld. Betrachtet man die unzählig verfügbare Literatur zum Projektmanagement, fällt allerdings auf, dass diese sich überwiegend dem operativen Management von Einzelprojekten gewidmet hat. Mit dieser „herkömmlichen“ Herangehensweise werden jedoch die Herausforderungen der nächsten Jahre allein nicht mehr zu bewältigen sein. Unternehmen werden zunehmend als Innovationsschmieden fungieren müssen, um am wachsenden, globalen Markt bestehen zu können. Dabei mangelt es den Unternehmen meistens nicht an neuen und guten Visionen, Ideen oder Strategien. Vielmehr fehlt ihnen die notwendige Kompetenz, diese in einer Vielzahl vernetzter Projekte mit wechselnden Personalkonstellationen und Arbeitsinhalten, fehlenden organisierten Routinen, einer kurzfristigen Arbeitsweise und der funktionsübergreifenden Integration von Experten erfolgreich zu realisieren. Das Modul will die Teilnehmenden gezielt darauf vorbereiten, Innovationsprojekte und -teams im Sinne eines ganzheitlichen und strategisch ausgerichteten Projektmanagements zum Erfolg zu führen. Dabei wird zum einen die Methodenkompetenz erweitert, vor allem aber die Prozess- und Führungskompetenz ausgebaut.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Pflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma420 - Innovation and Marketing

Module label	Innovation and Marketing
Modulkürzel	cma420
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Raabe, Thorsten (module responsibility)
Prerequisites	keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • verstehen die Bedeutung des Marketing für den Innovations- und damit langfristig für den Unternehmenserfolg, • können einzelwirtschaftliche Innovationsaktivitäten aus der Einbettung des Unternehmens in seine marktlichen, gesellschaftlichen und umweltseitigen Rahmenbedingungen und deren Dynamik erklären, • können strategische und operative Marketingaktivitäten, die im Rahmen der Entwicklung und Vermarktung von Innovationen auftreten, für Innovationsprojekte problemgerecht planen und beurteilen, • lernen konkrete Problemstellungen und Lösungsansätze aus dem Wissensgebiet der Innovationspolitik kennen.
Module contents	Die einzelwirtschaftliche Innovationstätigkeit ist zutiefst mit Problemstellungen des Leistungsaustauschs zwischen Unternehmungen und ihren Marktpartnern verbunden. Im Kern stellt jedes neu auf dem Markt eingeführte Produkt eine betriebliche Hypothese dar – eine Hypothese über die Entsprechung von neu gestalteten Produkteigenschaften einerseits und nachfragewirksamen Bedürfnislagen bzw. Anforderungen der Adressaten andererseits. Gleichzeitig ist betriebliche Innovationspolitik in hohem Maße als unternehmensstrategisches Handlungsfeld zu verstehen: Innovation als Motor der Marktentwicklung und damit verantwortlich für die Wohlfahrtsfortschritt ist aus betrieblicher Sicht gleichzeitig ein zentrales Argument in der Rivalität mit Wettbewerbern um die Erlangung von Unterscheidungsmerkmalen und Präferenzpositionen in der Abnehmerbeurteilung. Vor diesem Hintergrund stellt die Innovationstätigkeit einen integralen Bestandteil der marktorientierten Unternehmensführung dar. Aus der Marketingperspektive zum Gegenstandsbereich „Innovation“ eröffnen sich zentrale Unternehmensführungsfragen wie z. B. der demand-push- und demand-pull-Orientierung, der Optimierung von Innovationsprozessen als innerbetriebliches Organisationsproblem, der aktiven Gestaltung von Marketing-Channel-Beziehungen zur Markteinführung aber auch der Problemfelder der Know-How-Generierung und des Know-How-Schutzes. Das Modul führt zunächst in den Zusammenhang zwischen betrieblicher Innovationspolitik und Unternehmenserfolg ein. Sowohl einschlägige theoretische Bezüge wie auch empirische Befunde und darauf aufbauende Explikationen werden thematisiert. Operative Dimensionen der betrieblichen Innovationsplanung stehen im nächsten Schritt im Vordergrund: Es werden Planungs- und Entscheidungsmodelle zur Produktinnovation, zur Ideengewinnung und -konkretisierung sowie zur Gestaltung des Innovations-prozesses aus organisatorischer Sicht vorgestellt. In diesem Zusammenhang werden Anknüpfungspunkte des internen Marketings zur Schaffung notwendiger innerbetrieblicher Fähigkeits- und Motivationsgrundlagen erfolgreicher Innovationspolitik eingeführt. Eine Erweiterung der verbreiteten Modelle zur Kooperation im Innovationsprozess erfährt die Darstellung durch die Thematisierung und Problematisierung von „Open-Innovation“-Prozessen in der innerbetrieblichen Anwendung sowie im Austausch mit externen Beteiligten. Abschließend wird die Markteinführung von Innovationen als zentrales Marketinghandlungsfeld thematisiert.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)

Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma425 - Innovation Cooperation and Networks

Module label	Innovation Cooperation and Networks
Modulkürzel	cma425
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Beucker, Severin (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • sind mit den verschiedenen Formen horizontaler und vertikaler Kooperationen sowie mit verschiedenen Formen von Netzwerken vertraut, • sind in der Lage, die Motive und Ressourcen der Akteure sowie die verschiedenen Arten von formellen und informellen Beziehungen zwischen Akteuren zu analysieren und deren Beitrag zum Erfolg von Innovationskooperationen abzuschätzen, • können das Konzept der „Innovation Communities“ erläutern, • sind in der Lage, unterschiedliche Formen der Kooperationen und deren Vor- und Nachteile zu analysieren und zu erkennen, welche Kooperationsform sich für welche Ausgangssituation besonders eignet.
Module contents	Innovationen und Innovationsmanagement im Unternehmen finden heute in einem Umfeld zunehmender Wissensfragmentierung, kurzer Entwicklungs- und Produktzyklen sowie eines sich kontinuierlich verändernden Wettbewerbs- und Marktumfeldes statt. Diese Rahmenbedingungen verlangen Unternehmen hohe Anstrengungen im Bereich der Markterkundung, der Forschung und Entwicklung sowie der Vermarktung ab und setzen strategisches sowie längerfristiges Handeln voraus. Neben der Intensivierung der eigenen Anstrengungen können auch Innovationskooperationen und -netzwerke genutzt bzw. eingesetzt werden, um die Innovationsfähigkeit zu stärken, die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu erweitern oder auch neue Produkt- und Marktsegmente zu erschließen. Durch Kooperationen und Netzwerke lassen sich die im Innovationsprozess anfallenden Aufwände reduzieren (von der „Closed Innovation“ zur „Open Innovation“). Bei Kooperationen kann es sich sowohl um Partnerschaften zwischen wenigen Unternehmen als auch um komplexe Netzwerke aus vielen Akteuren handeln. Vertikale Kooperationen sind z.B. häufig längs der Wertschöpfungskette – also zwischen Kunden und Lieferanten – angesiedelt. Seltener sind Kooperationen mit Unternehmen auf der gleichen Stufe der Wertschöpfung, d.h. horizontale Kooperationen. Netzwerke können beide Formen beinhalten und unterschiedlichste Innovationsakteure miteinander verbinden. In der Praxis werfen Innovationskooperationen und -netzwerke vielfältige Fragen auf: Wie funktionieren Innovationspartnerschaften und welche Arten der Kooperation sind möglich? Für wen und wann eigenen sich Innovationskooperationen und -netzwerke? Wer sind geeignete Kooperationspartner und wie können diese gefunden und die Zusammenarbeit mit ihnen organisiert werden? Und schließlich: Welchen Beitrag liefern Innovationskooperationen und -netzwerke zum Innovationserfolg und wie kann dieser bewertet werden? Dieses Modul soll Antworten auf diese Fragen liefern. Es soll die Grundlagen zum Verständnis und den Einsatzmöglichkeiten von Innovationskooperationen und -netzwerken, den verschiedenen Kooperations-formen und -möglichkeiten schaffen und anhand von Praxisbeispielen Chancen und Herausforderungen von Innovationspartnerschaften erläutern.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma440 - Methods of Empirical Social Research

Module label		Methods of Empirical Social Research	
Modulkürzel		cma440	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule	
Zuständige Personen		• Röbken, Heinke (module responsibility)	
Prerequisites		Keine	
Skills to be acquired in this module		Die Teilnehmenden beherrschen: • die Unterscheidung grundlegender wissenschaftstheoretischer Konzepte und ihrer Wirkung auf die einzusetzende Methodik, • das Verstehen wesentlicher Merkmale unterschiedlicher Forschungsdesigns, • qualitative und quantitative Methoden der Sozialforschung und sind fähig diese in der Praxis anzuwenden (Erhebungstechniken, Fragebogenkonstruktion, Experteninterviews), • den adäquaten Einsatz der Verfahren und Methoden in konkreten Informations- und Entscheidungsprozessen, • die sachbezogene Präsentation und Interpretation von statistischen Ergebnissen.	
Module contents		Dieses Modul führt in die Grundlagen empirischer Forschung mit dem Ziel ein, methodische Kenntnisse für die Erhebung von Daten für (Innovations-)Projekte, aber auch für die Erstellung der Masterarbeit zu vermitteln. Nach Behandlung wissenschaftstheoretischer Fragen erfolgt ein Überblick über verschiedene qualitative und quantitative Forschungsdesigns. Es werden grundlegende Vorgehensweisen und Begriffe geklärt.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		22 Wochen Semester	
Module frequency		Das ModuDas Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.l wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.	
Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Pflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma450 - Project Implementation

Module label		Project Implementation	
Modulkürzel		cma450	
Credit points		18.0 KP	
Workload		540 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma580 - Entrepreneurship

Module label	Entrepreneurship
Modulkürzel	cma580
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule
Zuständige Personen	• Freiling, Jörg (module responsibility)
Prerequisites	
Skills to be acquired in this module	Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmenden • die Aufgaben einer Unternehmensgründung begrifflich und sachlich abgrenzen können, • die unterschiedlichen Gründermotive und -handlungsweisen differenzieren können, • die für einzelne Phasen des Gründungsprozesses wichtigen Entscheidungshilfen und Rechtsvorschriften kennen, • spezifische Unterschiede von Gründungen gegenüber etablierten Unternehmen identifizieren können, • alternative Formen der Gründungsfinanzierung kennen lernen, einschließlich der Besonderheiten der Finanzierung durch Risikokapital, • Funktionen, Aufbau und Inhalte eines Businessplans kennen, • erkennen, welche Formen der Gestaltung der Unternehmensnachfolge es gibt und welche Vor- und Nachteile diese haben.
Module contents	Im Rahmen des Moduls lernen die Teilnehmenden diejenigen Aufgaben kennen, die mit einer Unternehmensgründung verbunden sind. Zu dem gründungsrelevanten Wissen zählen Rechtsvorschriften, wie etwa die zur Rechtsformwahl, die Identifikation und Entwicklung von Geschäftsgelegenheiten sowie Inhalte aus den Basisdisziplinen der Betriebswirtschaftslehre (z.B. Finanzierung), die auf die Spezifika von Gründungen zugeschnitten werden. Die Entwicklung von Geschäftskonzepten (z.B. in Form von Businessplänen) wird einen wichtigen Teil des Moduls einnehmen. Neben den Themen zur Unternehmensgründung wird zudem das angrenzende Gebiet der Unternehmensnachfolge als eine besonders kritische Phase im Lebenszyklus von mittelständischen Unternehmen behandelt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Pflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma620 - Internship Project

Module label		Internship Project	
Modulkürzel		cma620	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule	
Zuständige Personen		• Fischer, Frank (module responsibility)	
Prerequisites		Keine; die vorherige/parallele Teilnahme am Modul Projektmanagement und am Modul Methoden empirischer Sozialforschung wird empfohlen.	
Skills to be acquired in this module		Die Teilnehmenden können: • ein Projekt zur Förderung innovativer und/oder unternehmerischer Prozesse in einer Organisation konzipieren und seine Umsetzung unter Einbeziehung der relevanten Faktoren planen, • adäquate empirische Methoden zur Ermittlung von Daten einsetzen, die bei der Konkretisierung und Implementierung zu beachten sind, • Projektideen und -konzepte auf den verschiedenen Ebenen des Unternehmens, deren Akzeptanz und Unterstützung benötigt werden, kommunizieren.	
Module contents		In diesem Modul entwickeln die Teilnehmenden in einem selbstgewählten Unternehmen ein Projekt zum Innovations-management und/oder Entrepreneurship. Die Betreuung des Projektes übernimmt ein Tandem aus Praxis und Lehre (Betreuer/in im Unternehmen und verantwortliche/r Hochschullehrende/r). Die Teilnehmenden erarbeiten ein Konzept sowie eine Arbeits- und Zeitplanung zur Implementierung und erstellen und präsentieren zum Modulabschluss eine qualifizierte und reflektierte Beschreibung des Projektverlaufs.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		22 Wochen Semester	
Module frequency		Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.	
Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Pflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma630 - Professionalization Module

Module label		Professionalization Module	
Modulkürzel		cma630	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Details siehe Modulbausteine))	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Mastermodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites		keine	
Skills to be acquired in this module		• Die Teilnehmenden trainieren ihre Sozial- und Methodenkompetenzen. Die so entwickelten Kompetenzen können in den Modulen des Studiengangs weiter trainiert werden (beispielsweise im Rahmen von Präsentationen oder der Projektarbeit) und im beruflichen Alltag umgesetzt werden. • Die Teilnehmenden erhalten die Möglichkeit, die eigene berufliche Situation zu reflektieren und darauf aufbauend wichtige Handlungskompetenzen weiterzuentwickeln.	
Module contents		Im Rahmen des Professionalisierungsmoduls finden die Teilnehmenden Angebote zum Erwerb modulübergreifender Schlüsselkompetenzen. Um das Modul erfolgreich zu absolvieren, belegen diese drei Modulbausteine (zu je 2 Kreditpunkten). Die drei Bausteine können die Teilnehmenden aus sämtlichen Professionalisierungseinheiten wählen.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		6 Wochen Semester	
Module frequency		Je nach Bedarf werden jedes Semester drei bis vier Modulbausteine angeboten.	
Module capacity		unlimited (15)	
Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

Wahlpflichtmodule Advanced Innovation

cma430 - TRIZ: Inventive Problem Solving

Module label	TRIZ: Inventive Problem Solving		
Modulkürzel	cma430		
Credit points	6.0 KP		
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))		
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation		
Zuständige Personen	• Möhrle, Martin (module responsibility)		
Prerequisites	Keine		
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen Grundsätze des methodischen Erfindens. • kennen ausgewählte Methoden. • sind vertraut im Umgang mit diesen Methoden, basierend auf speziellen, methodenbezogenen Übungen. • können spezielle Methoden durch durchgängige Bearbeitung einer selbst gewählten Fallstudie anwenden. • erlangen Kompetenz im Creative Leadership durch Reflexion des eigenen erfinderischen Denkens. • absolvieren Kreativitätstests zu Beginn und als Abschluss der Veranstaltung.		
Module contents	Erfolgreiche Erfindungen zu entwickeln beruht auf Kreativität und der Fähigkeit, greifbare Vorhersagen für die Zukunft zu erstellen und hieraus Ideen zu entwickeln. Das methodische Erfinden ermöglicht eine systematische Ideensuche und bietet eine Auswahl an Methoden zum zielgerichteten, neuartigen Lösen technischer und technisch?wirtschaftlicher Probleme. Es unterstützt das Hervorbringen von Innovationen, d.h. neuartiger Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen. Das methodische Erfinden beruht auf den Arbeiten des russischen Wissenschaftlers G.S. Altschuller, der auf Basis von umfangreichen Patentanalysen zu der Erkenntnis gelangte, dass einer Vielzahl von Erfindungen eine überschaubare Anzahl von Lösungsprinzipien zu Grunde liegt. Er entwickelte die Theorie des erfinderischen Problemlösens (TRIZ), die Erfindern das Handwerkszeug zur Verfügung stellt, sich das Wissen und die Lösungsprinzipien alter Erfindungen zu Nutze zu machen, um neue Lösungs-prinzipien für bestehende Probleme zu finden und hieraus neue Ideen zu entwickeln. TRIZ stellt eine Vielzahl an Methoden und Werkzeugen zur Verfügung, die die Sichtweise auf die Erfindungen verändern und sie gezielt in eine neue Richtung lenken. Das Modul vermittelt einen Einblick in TRIZ sowie einige ausgewählte Methoden. Die Präsenzphasen dienen der Einführung in das Themenfeld, dem Kennenlernen und Anwenden von grundlegenden Methoden von TRIZ sowie der Diskussion und Reflexion der erarbeiteten Ergebnisse. Durch Übungen und das Ausarbeiten einer Fallstudie werden die in den Präsenzphasen erlangten Kenntnisse weiter vertieft.		
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)	22 Wochen Semester		
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.		
Module capacity	unlimited (22)		
Reference text	Wahlpflichtmodul		
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma435 - Consequences of Innovation and the Social Responsibility

Module label	Consequences of Innovation and the Social Responsibility
Modulkürzel	cma435
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation
Zuständige Personen	• Hintemann, Ralph (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen verschiedene Möglichkeiten, Innovationsfolgen zu kategorisieren. • sind in der Lage, entsprechend dieser Kategorisierungen Innovationen zu analysieren. • verfügen über ein Bewusstsein für die Folgen von Innovationen auf ökonomische, soziale und ökologische Systeme. • erkennen Stellen im Innovationsprozess, an denen eine Ermittlung und Bewertung von Innovationsfolgen Sinn macht, und kennen eine Reihe von Verfahren zur Innovationsfolgebewertung. • erkennen die Notwendigkeit für Unternehmer und Politiker, sich mit den erwünschten und unerwünschten Folgen von Innovationen frühzeitig auseinanderzusetzen und können diese argumentativ begründen.
Module contents	Innovationen werden heute oft als Antwort für Krisenphänomene gesehen, die unser modernes Wirtschaften hervorgerufen hat. Sie sind die Lösung zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Nationen, zur Senkung der Arbeitslosigkeit und zur Verringerung von Umweltbelastungen und Ressourcenverbrauch. Gleichzeitig sind Innovationen aber – zumindest teilweise – auch für diese Phänomene verantwortlich. Es ist unbestritten, dass Innovationen erhebliche Auswirkungen auf die ökonomischen, sozialen und ökologischen Systeme haben und zu großen Veränderungen innerhalb dieser Systeme führen können. Schon Joseph A. Schumpeter, der als Vater der Innovationsforschung gilt, sprach im Zusammenhang von Innovationen von einer „schöpferischen Zerstörung“ – einem unaufhörlichen Zerstören der alten und einem kontinuierlichen Schaffen einer neuen Struktur. Das Zerstören von Strukturen bedeutet, dass es außer den Gewinnern ebenfalls Verlierer der Innovationstätigkeit gibt. Dies können neben einzelnen Betrieben oder ganzen Branchen auch die sozialen Systeme und die Umwelt sein. Die Beschäftigung mit den Folgen von Innovationen stellt einen wichtigen Zweig der Innovationsforschung und des Innovationsmanagements dar. Insbesondere mögliche negative Folgen für das soziale System und die Umwelt erfordern das Wahrnehmen von gesellschaftlicher Verantwortung durch Politik und Unternehmen. Dabei stellt sich die Herausforderung, dass – ebenso wie der Erfolg einer Innovation – auch ihre Folgen nicht sicher vorhersehbar sind. Dies gilt umso mehr, als dass auch indirekte Folgen berücksichtigt werden sollten. Welche Folgen können Innovationen für Unternehmen und für die Gesellschaft haben? Wie können die möglichen Auswirkungen frühzeitig ermittelt und bewertet werden? Wo liegen die Grenzen der Vorhersage von Innovationsfolgen? Welche Strategien zum Umgang mit Innovationsfolgen sind möglich? Das Modul wird sich mit diesen Fragen beschäftigen. Es gibt einen Überblick über die Arten von Innovationsfolgen sowie Grundlagen und Methoden ihrer Prognose und Analyse. Dabei werden sowohl gesamtwirtschaftliche Aspekte als auch die individuelle Unternehmenssicht betrachtet und ein Schwerpunkt auf die Frage der gesellschaftlichen Verantwortung der verschiedenen Akteure gelegt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma475 - Innovation and Knowledge Management

Module label		Innovation and Knowledge Management	
Modulkürzel		cma475	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma480 - Organisational Development Processes

Module label		Organisational Development Processes	
Modulkürzel		cma480	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma485 - Innovation and its Legal Foundations

Module label	Innovation and its Legal Foundations
Modulkürzel	cma485
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation
Zuständige Personen	• Gedert, Ulrike (module responsibility) • Siekmann, Gunnar (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • sind in der Lage festzustellen, unter welchen Voraussetzungen Urheberrechte, patentfähige Erfindungen und andere gewerbliche Schutzrechte bestehen. • können in speziellen Datenbanken recherchieren, ob Schutzrechte bestehen, und wissen, wie die Schutzrechte gesichert werden und welche Rechtsfolgen bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintreten. • wissen um die Möglichkeiten des Designschutzes und der Bekämpfung von schutzrechtsverletzenden Plagiaten, flankiert durch wettbewerbsrechtliche und zollrechtliche Instrumente. • wissen, welche Rechtsinstrumente auch des Wettbewerbsrechts (UWG) zur Verfügung stehen, um unlautere Behinderung von Innovationsprozessen zu unterbinden. Sie sind mit dem Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen vertraut und können die straf- und zivilrechtlichen Folgen der Verletzung von Geheimnissen benennen. • erwerben Kenntnisse darüber, in welchem internationalen Kontext sich die jeweiligen Schutzrechte bewegen und können die internationalen Registrierungsmöglichkeiten einsetzen, um ein möglichst umfassendes Schutzrechtsportfolio für Ihr Unternehmen zu sichern.
Module contents	Weil die Ergebnisse schöpferischer Leistungen wertvolle, aber immaterielle Güter darstellen, bedarf es eigentumsähnlicher Schutzrechte (intellectual property rights), um ihre exklusive Verfügbarkeit und Handelbarkeit sicherzustellen. Einen Schwerpunkt des Moduls bilden deshalb die Einführungen in das Immaterialgüterrecht mit dem Urheberrecht und den Gewerblichen Schutzrechten (Patente, Marken, Geschmacksmuster und Gebrauchsmuster). Innovationen müssen einen „Namen“ bekommen und kommuniziert werden, aber auch vor Plagiaten geschützt werden, so dass insbesondere das Markenrecht und das Lauterkeitsrecht (UWG) behandelt werden. Weil Innovationen nicht nur im eigenen Unternehmen genutzt werden, sondern auch vermarktet (lizenziert) werden oder weil Innovationen eingekauft werden müssen, soll auch die Vertragsgestaltung (Lizenzverträge) nicht zu kurz kommen. Innovationsprozesse sind durch Geheimnisschutz zu flankieren, so dass auch die vertraglichen Bindungen des Know How (Geheimhaltungs-vereinbarungen) Gegenstand des Moduls sind. Zu behandeln sind die bei der Verletzung von Immaterialgüterrechten eintretenden Rechtsfolgen: Unterlassung, Schadensersatz, Auskunft und Vernichtung sowie das Instrumentarium gegen die Produktpiraterie inklusive der zollrechtlichen Maßnahmen. Die verschiedenen Schutzrechte werden auch in ihrem internationalen Kontext betrachtet. Aufgrund europäischer Verordnungen existieren die Gemeinschaftsmarke und das Gemeinschaftsgeschmacksmuster als EU-weit wirkende Schutzrechte. Im Marken-, Patent-, Geschmacksmuster- und Urheberrecht werden auch die internationalen Schutzmöglichkeiten miterläutert.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma490 - Innovation and International Economic Relations

Module label		Innovation and International Economic Relations	
Modulkürzel		cma490	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma495 - Patent Management

Module label		Patent Management	
Modulkürzel		cma495	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma500 - Controlling Innovative Projects

Module label	Controlling Innovative Projects
Modulkürzel	cma500
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation
Zuständige Personen	• Scheytt, Tobias (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen die „Wahrnehmungs- und Steuerungsmöglichkeiten“ von Innovationen bzw. Innovationsprozessen, • sind in der Lage, diese und die bereits in anderen Modulen vermittelten Techniken kritisch zu reflektieren, sodass sie auch die Grenzen der bereits vermittelten Methoden deutlicher erkennen und beurteilen können. Gleiches gilt für den reflektierteren und kompetenteren Einsatz der vermittelten Techniken, • kennen die Strukturierung von Innovationsprozessplänen, die Abwägung der Risiken und Unwägbarkeiten sowie ggf. die Benennung von „Sollbruchstellen“, • sind in der Lage, einzelne Prozessschritte in ihrer konkreten Praxis anzugeben und den Prozessfortschritt zu evaluieren, • können Controlling-Reports verfassen, in denen sie die Innovationskultur und den Innovationsgrad der eigenen Organisation darstellen und beurteilen sowie Veränderungsvorschläge vortragen.
Module contents	Innovationen fallen nicht vom Himmel, sie lassen sich aber auch nicht vollständig planen. Dennoch stehen Innovationsprozesse im Zentrum erfolgreicher Unternehmenssteuerung. Controlling hat in diesem Prozess, in dem es um Imitation, Invention und Innovation geht, also auch und gerade um das Neue, das noch nicht da ist, eine zentrale Rolle. Freilich ist damit nicht nur der einmalige Einfall gemeint. Massiv wären somit aus Controllingsicht die Art und Weise, Spannungen, Konflikte und Verwerfungen zu bearbeiten, die zu Einfällen führen sowie die Bewegungen in Organisationen, die den Wunsch nach Neuem auslösen und seine Erfüllung realistisch erscheinen lassen. Die dazu einzusetzenden Instrumente und Verhaltensweisen müssen die ausgelatschten Trampelpfade konkret reflektieren und darüber hinausführen. Enge Anknüpfungen an andere Module sind in diesem Zusammenhang unvermeidbar und sogar wünschenswert: Controllingaktivitäten in Innovationsprozessen liegen „über“ dem Mosaik aus Kreativitäts-, Innovations- und Szenario-Techniken, Informations- und Kommunikationssystem von Organisationen, Führungsstil und Unternehmenskultur, Wissensmanagement, organisationaler Lernfähigkeiten sowie der jeweils bestehenden (in der Regel nicht systematisch bearbeiteten) Frage- und Antwortkultur im Unternehmen. Controlling begleitet Innovationsprozesse in allen ihren Facetten, schlägt Beobachtungspunkte und Mess- wie Beurteilungskriterien und gegebenenfalls Interventionsmöglichkeiten vor. Das gilt im operativen Bereich (hier kann Controlling aus dem Evaluierungsdiskurs lernen, was bisher fast nicht erfolgt ist) und noch mehr im Bereich strategischer Unternehmensführung bzw. strategischen Controllings, in dem „Entgrenzung“ (z. B. ausgehend vom bisherigen Material, den bisherigen Produkten und Produktionsprozessen, aber auch geographisch und vertriebsbezogen und ganz besonders mental) und die Entwicklung entsprechender Prüfmöglichkeiten und einer adäquater Unternehmenskultur angesagt sind. So erst enthält und leistet etwa strategisches Controlling einen Eigenwert und Eigenbeitrag, der den Vornamen „strategisch“ im Zusammenhang mit Controlling legitimiert.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)

Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma555 - Product Development

Module label	Product Development		
Modulkürzel	cma555		
Credit points	6.0 KP		
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))		
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Advanced Innovation		
Zuständige Personen	• Hahn, Axel (module responsibility)		
Prerequisites	Keine		
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen die Grundlagen der innovativen Produktentwicklung ausgehend von Methoden und Kreativitätstechniken in der Innovationsarbeit über verschiedene Konstruktionsmethodiken bis zur rechnergestützten Umsetzung. • wissen um die Bedeutung der Methoden und Anwendungen in diesem Prozess und können diese auf einfache Problemstellungen übertragen. • kennen die Grundlagen der 2D/3D-Modellierung und es sind erste praktische Erfahrungen in der Arbeit mit einem CAD-System vorhanden.		
Module contents	Dieses Modul beschäftigt sich mit der Entwicklung und Konstruktion als Kern der innovativen Produktentwicklung. Die Entwicklung und Konstruktion umfasst alle Tätigkeiten zur Erarbeitung der a) zur Herstellung und Nutzung eines Produktes notwendigen Informationen (ausgehend von einer Aufgabenstellung), b) zur Ermittlung der „vormateriellen“ Zusammensetzung der einzelnen Funktionen und Teile eines Produktes, c) zur Ermittlung des Aufbaus zu einem Ganzen sowie zum Festlegen aller Einzelheiten und umfasst letztlich auch d) die Festlegung der Produktdokumentation. Die Phasen der Produktentwicklung verwenden spezifische Methoden und Werkzeuge sowie Modelle. Neben dem allgemeinen ingenieurtechnischen Vorgehen werden die Grundlagen der relevanten Modelle und Anwendungssysteme beschrieben. Besonders hervorzuheben sind hierbei CAD-Systeme und die zugrundeliegenden 2D/3D-Produktmodelle. Neben klassischen CAD-Systemen werden Produktmodelle wie die der Finite-Elemente-Methode benutzt, um Aussagen über das zukünftige Produkt zu erhalten. Für die Verwaltung der in der Produktentwicklung erzeugten Produktmodelle werden außerdem PDM-Systeme eingesetzt. Das Modul behandelt diese Systeme und ihre Rolle in der Innovation von Produkten. Themen der Veranstaltung sind: Allgemeines Schema des Entwicklungsprozesses von Produkten, Methoden zur Produktplanung und Innovation, Konstruktionsmethodiken, Konstruktion mit CAD-Systemen, Produktentwicklung mit Hilfe von PDM-Systemen sowie Management in Entwicklungen und Konstruktion.		
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)	22 Wochen Semester		
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.		
Module capacity	unlimited (22)		
Reference text	Wahlpflichtmodul		
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

Wahlpflichtmodule Management & Leadership

cma415 - Financing and Evaluating Innovative Projects

Module label	Financing and Evaluating Innovative Projects
Modulkürzel	cma415
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen	• Borde, Keno (module responsibility)
Further responsible persons	Prof. Dr. Keno Borde
Prerequisites	keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sind in der Lage • Entscheidungen über die Disposition finanzieller Mittel im Unternehmen – insbesondere im Zusammenhang mit Innovationsprojekten – fundiert zu treffen und kritisch einzuordnen, • das Finanzmanagement in den Kontext der Ziele betrieblichen Handelns einzuordnen, • gängige betriebswirtschaftliche Bewertungsmodelle anzuwenden und im Hinblick auf ihre Eignung zur Innovationsbewertung kritisch zu hinterfragen, • traditionelle und alternative Finanzierungsinstrumente zu systematisieren und im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile im Kontext der Innovationsfinanzierung zu beurteilen sowie • verschiedene Arten finanzwirtschaftlicher Risiken zu unterscheiden und Möglichkeiten und Grenzen eines finanzwirtschaftlichen Risikomanagements mithilfe von Derivaten einzuschätzen.
Module contents	Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht das betriebliche Finanzmanagement unter besonderer Berücksichtigung der Finanzierung und Bewertung von Investitions- und Innovationsprojekten. Ausführlich diskutiert werden, nach einer Einführung in die Grundlagen der Finanzierungstheorie und einem Überblick über verschiedene Formen der Innen- und Außenfinanzierung von Unternehmen, Fragen der betrieblichen Finanzplanung und der finanzwirtschaftlichen Bewertung von Innovationsprojekten unter Unsicherheit. Im Bewertungsbereich liegt ein Schwerpunkt auf der Behandlung Discounted-Cash-Flow-orientierter Modelle, wobei aber auch die Eignung alternativer Ansätze der Innovationsbewertung, wie etwa das sog. Realoptionsmodell, kritisch hinterfragt wird. Im weiteren Verlauf der Veranstaltung werden dann verschiedene traditionelle und alternative Instrumente der Unternehmens-finanzierung vorgestellt und hinsichtlich ihrer Relevanz im Kontext der Innovationsfinanzierung analysiert. Den Abschluss bildet eine Diskussion der Möglichkeiten und Grenzen des finanzwirtschaftlichen Risikomanagements mithilfe von Derivaten.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma445 - Coaching and Supervision

Module label		Coaching and Supervision	
Modulkürzel		cma445	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma590 - Strategic Management

Module label	Strategic Management
Modulkürzel	cma590
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen	• Fischer, Dirk (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • haben ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung des Strategischen Managements, • kennen die wichtigsten Denkschulen des Strategischen Managements mit ihren wesentlichen Unterschieden, • verstehen die theoretischen Begründungen zur Entstehung und der langfristigen Existenz von Wettbewerbsvorteilen, • wenden Methoden zur strategischen Analyse des Unternehmensumfeldes und der unternehmensinternen Ressourcen an, • kennen die Bedeutung und Grenzen generischer Wettbewerbsstrategien und zeigen diese anhand praktischer Beispiele auf, • kennen Verfahren zur Entwicklung, Implementierung und Umsetzung von Strategien.
Module contents	Innovationsmanagement und Strategisches Management sind eng miteinander verknüpft. Einerseits gelten Innovationen als wesentlicher Inhalt von Unternehmensstrategien, andererseits sind Strategien erforderlich, wenn aus Inventionen Innovationen werden sollen. So beschäftigt sich das Strategische Management beispielsweise schon seit geraumer Zeit mit der Frage, wovon es abhängt, ob eine Pionierstrategie („first mover“) oder eine Folgerstrategie („late mover“) beim Markteintritt erfolgversprechender ist. Dieses Modul behandelt zunächst grundsätzlich die Frage, was unter Strategie und Strategischem Management zu verstehen ist und woraus Unterschiede in der Begriffsauffassung resultieren. Daran anschließend lernen die Teilnehmenden die wichtigsten Denkschulen, Konzepte und Instrumente des Strategischen Managements kennen. Der Schwerpunkt liegt auf den ökonomie-theoretisch fundierten Ansätzen: Dem sogenannten marktorientierten Ansatz Michael E. Porters und dem ressourcenorientierten Ansatz. Beide stellen den Inhaltsaspekt von Strategien in den Vordergrund und versuchen zu begründen, woraus nachhaltige Wettbewerbsvorteile resultieren können. Aber auch in der Praxis weit verbreitete klassische Beraterkonzepte und -werkzeuge wie die SWOT-Analyse oder die Methode des Marktanteils-Marktwachstums-Portfolios sowie deren Weiterentwicklungen werden behandelt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma595 - Sustainability Management

Module label	Sustainability Management
Modulkürzel	cma595
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen	• Hurrelmann, Karsten (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • die regulative Idee einer nachhaltigen Entwicklung beschreiben, • wesentliche Meilensteine des Nachhaltigkeitsdiskurses kennen, Ziele einer nachhaltigen Entwicklung am Beispiel erläutern und Barrieren einer nachhaltigen Entwicklung identifizieren, • die Bedeutung von Effizienz, Suffizienz und Konsistenz für ein nachhaltiges Management erörtern, Chancen und Risiken identifizieren, die bei der Integration eines Nachhaltigkeitsmanagements entstehen , Ziele eines Nachhaltigkeitsmanagements auf ein Unternehmensbeispiel übertragen, wettbewerbsstrategische Gründe für die Relevanz eines Nachhaltigkeitsmanagements mit Hilfe von Praxisbeispielen erläutern, • darlegen, welche Barrieren bei der Integration eines Nachhaltigkeitsmanagements denkbar sind, Produkt-, Prozess- und Verhaltensstandards unterscheiden und die jeweilige Relevanz einordnen, unterschiedliche Intentionen zur Einführung von Nachhaltigkeitsberichterstattungssystemen verstehen, kulturelle Unterschiede in KMU und Großunternehmen erörtern, • Instrumente eines Ökocontrollings aufzeigen, • Elemente eines nachhaltigen Geschäftsmodells bestimmen, • ine Unterscheidung zwischen Business Plan und Business Model Canvas vornehmen.
Module contents	Die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung werden spätestens seit den 1980er-Jahren auf globaler Ebene diskutiert. Die regulative Idee einer nachhaltigen Entwicklung erkennt globale Herausforderungen wie Klimawandel, Verlust an Artenvielfalt, Bodendegradation, Ressourcenverknappung, Bevölkerungswachstum, Armut, Unterernährung oder wachsende Einkommensungleichheiten an, stellt Zusammenhänge her und verfolgt das Ziel, eine inter- und intragenerative Gerechtigkeit zu ermöglichen. Die Auswirkungen einer nicht nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise werden seitdem kontrovers behandelt. Dabei befinden sich die langfristig notwendigen Veränderungen auf politischer, gesellschaftlicher und ökonomischer Ebene immer in einem Spannungsfeld von drängenden Handlungserfordernissen und komplexen Umsetzungsprozessen in den verschiedenen globalen und lokalen Dimensionen. Durch das Modul wird ein Einblick in die umfassenden Aktivitäten der letzten Jahrzehnte zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung ermöglicht. Außerdem werden Methoden und Instrumente diskutiert, die die Teilnehmenden dazu befähigen sollen, den notwendigen Wandel mitzugestalten. Das grundsätzliche Verständnis einer nachhaltigen Wirtschaftsweise ist nicht grundsätzlich neu, der damit verbundene Wandel auf globaler gesellschaftlicher Ebene und auf der Ebene der Unternehmen ist aber fundamental. Für ein nachhaltiges Management von Unternehmen ergeben sich deshalb aus strategischer Sicht zukünftig grundsätzliche Veränderungen. Im Rahmen dieses Moduls werden Zugänge geschaffen, um überhaupt die Herausforderungen zu erkennen und um Veränderungsprozesse bei Unternehmen und Start-Ups initiieren zu können.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.

Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma600 - Change Management

Module label			Change Management
Modulkürzel			cma600
Credit points			6.0 KP
Workload			180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls			• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen			• Karczmarzyk, André (module responsibility)
Prerequisites			Keine
Skills to be acquired in this module			Die Teilnehmenden können • die Notwendigkeit und die Ziele des Change Management erfassen, • Modelle des Change Management und deren Umsetzung verstehen, • die Rolle des Personals und insbesondere der Führungskräfte in Changeprozessen kennen, • (Anreiz-)Instrumente zur Unterstützung des Wandels und deren Grenzen kennen und • Möglichkeiten der Kommunikation und Partizipation im Wandel von und in Organisationen aufzeigen.
Module contents			Veränderungen prägen längst den betrieblichen Alltag. Aber auch verändern will gelernt sein. Changeprojekte bedürfen eines professionellen Managements. Eine systematische Herangehensweise an (geplante) Veränderungen steht im Fokus des Moduls. Aufgaben und Herausforderungen des Change Managements und deren Bewältigung werden thematisiert. Dabei wird auch insbesondere dem personalen Moment von Veränderungen Aufmerksamkeit geschenkt.
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)			22 Wochen Semester
Module frequency			Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity			unlimited (22)
Reference text			Wahlpflichtmodul
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cma605 - Human Resource Management

Module label	Human Resource Management
Modulkürzel	cma605
Credit points	6.0 KP
Workload	180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • können den Unterschied zwischen „Faktor Arbeit“ und anderen Produktionsfaktoren sowie die Konsequenzen beschreiben, • haben einen Einblick in den Stand der Theoriebildung im Fach HRM/Personalwesen gewonnen, • können personalwirtschaftliche Konsequenzen eines gesellschaftlichen Wertewandels einschätzen, beschreiben und würdigen kritisch Grundlagen und Bedeutung von Zielvereinbarungen und Steuerungsinstrumenten, • schätzen die Rolle der Personalplanung im betriebswirtschaftlichen Planungszusammenhang ein und unterscheiden Funktionsbereiche, • kennen verschiedene Instrumente zur Personalauswahl, die sie einschätzen und einsetzen können, • können eine grundlegende Begriffsklärung von Personalentwicklung nachvollziehen und weitere, aus heutiger Sicht konstitutive Merkmale des Verständnisses von Personalentwicklung, erfassen.
Module contents	Das Erkenntnisobjekt des Human Resource Managements (HRM) bzw. des Personalwesens besteht im Kern darin, das Leistungsverhalten des arbeitenden Menschen in wirtschaftlichen Organisationen zu erklären und es prognostizierbar und steuerbar zu machen. Dabei geht es um das Potenzial „lebendiger“ Menschen und vor diesem besonderen Hintergrund wird in diesem Modul den Teilnehmenden ein Einblick in den Bestand an theoretischen und praktischen Erkenntnissen zum HRM gegeben. Neben den begrifflich-theoretischen Grundlagen und den Besonderheiten des HRM beschäftigt sich das Modul mit Handlungsfeldern des Personalwesens. Dabei wird einer gewissen Input-Throughput-Output-Logik gefolgt (Personalplanung, Beschaffung und Integration von Mitarbeitenden, ihren Einsatz zur Erreichung der Betriebszwecke bis hin zur Freistellung und zur Aufhebung des Arbeitsverhältnisses).
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Wahlpflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cma585 - Company formation, mergers and acquisitions

Module label			Company formation, mergers and acquisitions
Modulkürzel			cma585
Credit points			6.0 KP
Workload			180 h
Verwendbarkeit des Moduls			• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership
Zuständige Personen			
Prerequisites			Keine
Skills to be acquired in this module			In Bearbeitung.
Module contents			In Bearbeitung.
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)			1 Semester
Module frequency			Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity			unlimited (22)
Reference text			Wahlpflichtmodul
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

cma615 - Selected aspects of innovation management

Module label		Selected aspects of innovation management	
Modulkürzel		cma615	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h (Gesamt: ca. 180 Std. (Selbststudium: ca. 75 Std.; Projektarbeit: ca. 80 Std.; Präsenzphasen: ca. 25 Std.))	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership	
Zuständige Personen			
Prerequisites		Keine	
Skills to be acquired in this module		In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Innovationsmanagements behandelt. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von Spezialwissen sowie die Fähigkeit sich derartiges Wissen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen.	
Module contents		In Abhängigkeit des gewählten Themas.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		22 Wochen Semester	
Module frequency		Das Modul wird nicht regelmäßig angeboten.	
Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

cma625 - Selected aspects of entrepreneurship

Module label		Selected aspects of entrepreneurship	
Modulkürzel		cma625	
Credit points		6.0 KP	
Workload		180 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Wahlpflichtmodule Management & Leadership	
Zuständige Personen			
Prerequisites		Keine	
Skills to be acquired in this module		In dieser Veranstaltung wird ein aktuelles Thema aus dem Bereich des Entrepreneurship behandelt. Dabei geht es im Wesentlichen um die Vermittlung von Spezialwissen sowie die Fähigkeit sich derartiges Wissen selbständig anzueignen und für den Einsatz in der Praxis aufzuarbeiten und verfügbar zu machen.	
Module contents		In Abhängigkeit des gewählten Themas.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		22 Wochen Semester	
Module frequency		Das Modul wird nicht regelmäßig angeboten.	
Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Wahlpflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

Abschlussmodul

mam - Master-Modul

Module label		Master-Modul	
Modulkürzel		mam	
Credit points		24.0 KP	
Workload		720 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Master's Programme Innovation Management (Master) > Abschlussmodul	
Zuständige Personen		• Hintemann, Ralph (module responsibility)	
Prerequisites		Keine	
Skills to be acquired in this module		• Sie können eine Fragestellung für eine Masterarbeit aus dem Bereich Innovationsmanagement klar formulieren. • Sie können ein adäquates Forschungsdesign entwickeln. • Sie sind in der Lage, eine Masterarbeit selbständig unter Nutzung wissenschaftlicher Modelle und Methoden zu erstellen. • Sie haben Kenntnis der inhaltlichen und formalen Kriterien an eine wissenschaftliche Arbeit und können diese anwenden.	
Module contents		Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Masterarbeit und besteht aus folgenden drei Teilen: a) Lektüre der begleitenden Selbststudienmaterialien zur Erstellung der Masterarbeit, b) Online-Intensivphasen mit Mentorenbetreuung, c) Individuelle Betreuung durch eine/n Gutachter/in der Universität Oldenburg Die Online-Intensivphasen dienen der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Teilnehmenden (erste Online-Intensivphase) sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellungen und Leseproben der Arbeit (zweite Intensivphase). Teilnehmende und Mentor geben dazu Feedback. Der Mentor steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter/innen.	
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester Semester	
Module frequency		Das Modul wird in jedem Semester angeboten.	
Module capacity		unlimited (22)	
Reference text		Pflichtmodul	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			• regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen im Online-Kolloquium • Erstellung eines Exposés zum Vorhaben der Masterarbeit • eigenständige Anfertigung der Masterarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden
Form of instruction	Seminar *(* **Die Angaben zu den folgenden Punkten ergeben sich aus der Modulbeschreibung (s.o.)* *)*		
SWS			
Frequency	SoSe und WiSe		