

Modul- bezeichnung	Innovationsmanagement		
Kürzel	M-INMA		
Studiensemester	3.		
Angebotshäufigkeit	jährlich		
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wilfried Teichert		
Dozent(in)	Prof. Dr. Wilfried Teichert		
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul – strategisches Management		
Moduldauer	1 Semester		
Sprache	deutsch		
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit begleitender Übung. In der Vorlesung werden die Inhalte durch Vortrag und Präsentationen vom Dozenten vermittelt. In den Übungsteilen erfolgt in Einzel- oder Gruppenarbeit die selbständige Anwendung der Vorlesungsinhalte auf konkrete Aufgabenstellungen und Fallstudien. Ergänzt wird die Vorlesung ggf. auch durch Vorträge von Experten aus der Praxis. Die zu erstellenden Referate der Studierenden werden in die Vorlesung integriert.		
SWS	4		
Arbeitsaufwand		Theoriephase	Praxisphase
	Präsenz	44 h	
	Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung und Prüfung	46 h	45 h
	Gesamt	135 h	
Kreditpunkte	5		
Empfohlene Voraussetzungen	Kenntnisse im Strategischen Management		
Verwendbarkeit des Moduls	Masterstudiengang Management in mittelständischen Unternehmen		

Lernziele	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung von Innovationen für den nachhaltigen Erfolg von mittelständischen Unternehmen aber auch für die Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft einzuschätzen, • die Rolle von Hidden Champions für Innovationserfolge zu erkennen, • erfolgreiche Innovationen als ein gegenseitiges Verständnis von technischen und ökonomischen Aspekten zu verstehen, • die verschiedenen Innovationsarten zu klassifizieren, • Patente als Verfügungsrechte (<i>Property Right</i>) beurteilen zu können, • die ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen von Innovationen kritisch zu reflektieren, • Innovationswiderstände zu klassifizieren und Ansätze zur Überwindung dieser Barrieren zu entwickeln und • alternative Instrumente der Innovationsförderung (z.B. der KfW) für mittelständische Unternehmen zu beurteilen.
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abgrenzung der Begriffe Invention, Innovation und Diffusion 2. Innovationsarten (Produkt-,Prozess- und Geschäftsmodellinnovationen, push – vs. pull – getriebene Innovationen) 3. Betriebs- und volkswirtschaftliche Relevanz von Innovationen vor dem Hintergrund zunehmender Globalisierung 4. Patentrecht 5. Innovationsstrategien (Innovator, früher Folger, später Folger Einzelforschung vs. Kooperationen) 6. Innovationsbarrieren (Nicht-Wollen, Nicht-Können, Nicht-Dürfen) 7. Promotoren 8. Innovationsförderung insbesondere für KMU 9. Erfolgreiche Innovationen vs. Flops 10. Fallbeispiele (u.a. Hidden Champions)
Prüfungsleistung	Referat
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5/110

Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Albers, S./Brockhoff, K./Hauschildt, J. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation – eine Leistungsbilanz, 2003. • Dekkers, M., Die Stärkung der Innovationskraft als gemeinsame Aufgabe von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, in: Mai, M. (Hrsg.), Handbuch Innovationen, 2014, S. 55-72. • Fisch, J./Roß, J.: Fallstudien zum Innovationsmanagement, 5. Aufl., 2009. • Hauschildt, J./Salomo, S.: Innovationsmanagement, 5. Aufl., 2011. • Hentze, J./Thies, B., Nachhaltigkeitsmanagement und -berichterstattung, in: WiSt, Heft 8, S. 414-422, 2014. • Howaldt, J./Kopp, R./Beerheide, E. (Hrsg.), Innovationsmanagement 2.0, 2011. • KfW-Bank (Hrsg.): Förderprogramme, 2014. • Littkemann, J. (Hrsg.): Innovationscontrolling, München: Vahlen, 2005. • Maital, S./Seshadri, D.: Innovation Management, 2. Aufl., 2012. • Meyer, J., (Hrsg.): Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen, 2001. • Mieke, C., Mittelständische Dienstleister als Innovationspartner industrieller Großunternehmen: Geschäftsfeldstrategie der Zukunft?, in: Meyer, J.-A., Deutsches Institut für kleine und mittlere Unternehmen (Hrsg.), Strategien von kleinen und mittleren Unternehmen, 2010, S. 92-116. • N-Bank (Hrsg.): Weiterbildungsoffensive für den Mittelstand Plus, 2014 • Schewe, G./Becker S.: Innovationen für den Mittelstand, 2009. • Schumpeter, J.: Business Cycles, 1939. • Shih, W./Wang, J.: Will der Partner unser Wissen stehlen?, in: Harvard Business Manager, 4/2013, S. 90-97. • Simon, H.: Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia, 2012. • Trott, P.: Innovation Management and New Product Development, 5. Aufl., 2012. • Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement, 4. Aufl., 2013. • Vanevenhoven, J.: Advances and Challenges in Entrepreneurship, in: Journal of Small Business Management, 3/2013, S. 466-470. • Vogl, S./Gleich, R./Wald, A.: Innovationsmanagement: Kontext, Strategien, Organisation aufeinander abstimmen, in: Zeitschrift Führung + Organisation, 1/2013, S. 40-45.
-----------	--