

Modulbeschreibung

Modultitel	Innovationswerkstatt & Digitalisierung – Methoden für den Wandel
Hochschule	Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
Studiengang	MSc Human-Centered Digital Innovation
ECTS Credits	5
Modulkategorie	Pflichtmodul
Unterrichtssprache	Deutsch
Modulleitung und weitere Dozierende	Christoph Hunziker
Zeitraum	Herbstsemester
Daten	Blocktage / -halbtage: 11.9., 19.9., 17.10., 14.11. (plus Field Trips)
Veranstaltungsort	Olten / Field-Trips
Leitidee / Kurzbeschreibung (max. 1300 Zeichen)	<p>In einer dynamischen Wirtschaftswelt, die von technologischem und gesellschaftlichem Wandel und sich ständig ändernden Marktanforderungen geprägt ist, stehen Unternehmen vor der Herausforderung, innovative Lösungen zu entwickeln und sich an neue Gegebenheiten anzupassen.</p> <p>In diesem Modul werden die Treiber des Wandels analysiert und Lösungsstrategien aufgezeigt, wie sich Unternehmen auf die Veränderungen einstellen. Das Modul geht einerseits auf die Rahmenbedingungen in Organisationen ein, damit Innovation entstehen kann. Andererseits gibt es den Studierenden Methoden und Werkzeuge an die Hand, um kreative Ideen zu generieren und diese in ausgereifte Lösungen weiterzuentwickeln, die den Bedürfnissen der Mitarbeitenden und Kund*innen entsprechen.</p>
Zu erreichende Kompetenzen (max. 1800 Zeichen)	<p>Innovations- und Problemlösekompetenz:</p> <p>Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> – können komplexe Probleme wahrnehmen, multiperspektivisch analysieren und kreativ bewältigen – können verschiedene Kreativitätstechniken anwenden um neue Ideen zu kreieren, bewerten und weiterentwickeln

	<ul style="list-style-type: none"> – kennen Rahmenbedingungen und Prozesse für Innovation in Organisationen und können diese analysieren und so gestalten, dass neue Ideen, innovative Ansätze und Verbesserungen geäußert, wahrgenommen, und in Prozesse, Produkte oder Dienstleistungen umgesetzt werden. – kennen verschiedene Instrumente und Gefässe zur Förderung von Innovation innerhalb und ausserhalb der eigenen Organisation <p>Kollaboration / Teamwork: Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> – sind fähig, zielführend mit anderen Personen und Disziplinen zusammenzuarbeiten – haben eine offene Grundhaltung für die Ideen und Perspektiven anderer – kennen die Grundsätze von Creative Leadership (eigene Rolle und Teamdynamik in Innovationsprozessen verstehen und gestalten) und können sie in kreativen Prozessen anwenden <p>Digital Literacy Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die wichtigsten aktuellen und aufkommenden Technologien und deren Einfluss auf die Geschäftsprozesse und -modelle – kennen wichtige digitale Tools für die Kommunikation, Zusammenarbeit und zur Erstellung digitaler Inhalte
<p>Lerninhalt (max. 1500 Zeichen)</p>	<p>Innovationen entwickeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Human-Centered Design • Grundlagen Lean Startup Prozess • Value Proposition Design • Kreativität und Methoden zur Ideen-Generierung • Ideen und Konzepte iterativ testen und validieren • Entwicklung von digitalen Innovationen • KI im Innovationsprozess <p>Rahmenbedingungen schaffen für Innovation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen strategisches Innovationsmanagement • Struktur und Prozesse für Innovation in Organisationen • Innovationskultur • Open Innovation • Creative Leadership

	<p>Innovationsszene Schweiz Kennenlernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Field Trips: Besuch und Austausch mit spannenden Playern aus der Schweizer Innovationsszene wie Corporate Innovation Labs, Technologie Hubs, Innovationsförderprogramme
<p>Lehr- und Lernmethoden (max. 400 Zeichen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrgespräch • Vorlesung • Diskussionen und Gruppenarbeiten • Case-Studies • Werkstattunterricht • Field Trips (Unternehmensbesuche) • Individuelles Selbststudium auf Basis von Literaturstudium
<p>Modulbewertung (max. 30 Zeichen)</p>	<p>Note 1 – 6 (halbe Noten)</p>
<p>Literatur (max. 500 Zeichen)</p>	<p>Skript wird auf Moodle bereit gestellt.</p> <p>Ergänzende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bland D., Osterwalder A. (2020). Testing Business Ideas. Campus Verlag. (ISBN 978-3-593-51196-2) • Osterwalder A., Pigneur Y., Bernarda G., Smith A. (2015). Value Proposition Design. Campus Verlag . (ISBN 978-3-593-50331-8) • Ries E. (2014). Lean Startup. Redline. (ISBN 978-3-86881-567-2) • Dark Horse Innovation (2016). Digital Innovation Playbook. Murmann Verlag. (ISBN 978-3867745567) • Stone Zander R., Zander B. (2002). The Art of Possibility. Penguin LLC US. (ISBN 978-0-14-200110-3) • IDEO.org. (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. Creative Commons. (ISBN 978-0-9914063-1-9) • Brown T. (2016). Change by Design. Vahlen. (ISBN 978-3-8006-5258-7) • Hagmann, J.-P. (2023). Luther für Innovatoren. Nova MD. (ISBN: 978-3-9894226-8-1)

Voraussetzungen (max. 400 Zeichen)	keine
Anwesenheitspflicht (max. 50 Zeichen)	Eine aktive Teilnahme wird erwartet. Es gilt eine Präsenzplicht von 80%.
Bemerkungen (max. 400 Zeichen)	
Leistungsnachweis	Schriftliche Prüfung