

## Modulbeschreibung Master of Science Angewandte Psychologie

<b>Kursbezeichnung</b>	<b>Innovation</b>			
<b>Code</b>	030104.EN/20			
<b>Studiengang</b>	MSc Angewandte Psychologie x Studienrichtung Wirtschaftspsychologie <input type="checkbox"/> Studienrichtung Arbeits-, Organisations- & Personalpsychologie <input type="checkbox"/> Bachelor    x Master			
<b>Modulgruppe</b>	3.1 Vertiefung Wirtschaftspsychologie			
<b>Typus</b> (Erklärung am Ende)	x <b>Pflichtmodul</b> <input type="checkbox"/> <b>Wahlpflicht</b>			
<b>Studienniveau</b> (Erklärung am Ende)	<input type="checkbox"/> <b>Basic</b> <input type="checkbox"/> <b>Intermediate</b> x <b>Advanced</b> <input type="checkbox"/> <b>Specialised</b>			
<b>ECTS-Credits</b>	6 ECTS			
<b>Gesamtaufwand in Stunden</b>	<i>Total</i>	<i>Kontaktstu- dium</i>	<i>Begleitetes Selbststudium</i>	<i>Individuelles Selbststudium</i>
	180h	40h	20h	120h
<b>Angebotszyklus</b>	Jährlich, jeweils im Frühlingsemester			
<b>Verantwortliche Ansprech- personen</b>	Milena Rutz, M.Sc. (FHNW) Dr. Sarah Seyr (Idea2)			
<b>Kontakt</b>	<a href="mailto:milena.rutz@fhnw.ch">milena.rutz@fhnw.ch</a> <a href="mailto:sarah.seyr@fhnw.ch">sarah.seyr@fhnw.ch</a>			

<p><b>Lernziele/Kompetenzen*</b></p>	<p><b>Fachkompetenz</b> Das Modul vermittelt die psychologischen Grundlagen der Innovationsarbeit. Die Studierenden lernen sowohl Innovationsprozesse kundenzentriert zu gestalten, Innovationsmethoden zu konzipieren und anzuwenden als auch deren Einsatz kritisch zu reflektieren.</p> <p><b>Methodenkompetenz</b> Die Studierenden konzipieren eine eigene Innovationsmethode und bearbeiten eine selbstgewählte, innovative Fragestellung.</p> <p><b>Selbstkompetenz</b> Die Studierenden reflektieren die psychologische Haltung, mit derer Innovation im Business Kontext gestaltet wird.</p> <p><b>Sozialkompetenz</b> Die Studierenden lernen, einen Innovationscase in der Gruppe und in unterschiedlichen Rollen in Interaktion mit einem Praxispartner zu gestalten und umzusetzen.</p>
<p><b>Lerninhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Durchführung eines Innovationsworkshops innerhalb eines Praxis Cases</li> <li>• Theorie und Praxis/Anwendung zur Konzeption, Ideenentwicklung und Vermarktung von Innovationen</li> <li>• Prozessmanagement: Gestaltung eines Innovationsprozesses</li> <li>• Anwendung, Entwicklung und Erleben von Innovationsmethoden</li> <li>• Zusammenarbeit im Innovationsteam</li> <li>• Workshop Design</li> <li>• Kritische Reflexion der Rolle der Psychologie / Entwicklung einer psychologischen Haltung</li> <li>• Entwicklung einer eigenen methodischen Toolbox / Methoden Baukasten</li> </ul>
<p><b>Lehrformen und -methoden</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermittlung von theoretischen und praktischen Grundlagen sowie methodische Anwendung derer</li> <li>• Arbeit an Cases von Praxispartnern, welche eine innovative Fragestellung zur Bearbeitung durch die Studierenden einbringen</li> <li>• Coaching durch die Dozierenden</li> </ul>

<b>Unterrichtssprache</b>	deutsch
<b>Leistungsnachweis</b>	<p>Individueller Leistungsnachweis (40%): Entwicklung / Konzeption einer eigenen Innovationsmethode</p> <p>Gruppen Leistungsnachweis (60%): Bearbeitung einer Innovationsfragestellung (Prozess, Output und Reflexion) innerhalb eines realen Cases eines Praxispartners.</p> <p>x 6er Skala                      <input type="checkbox"/> 2er Skala (bestanden / nicht-bestanden)</p>
<b>Bibliographie</b>	<p>Brown, T. (2009). <i>Change by Design: Wie Design Thinking Organisationen verändert und zu mehr Innovation führt</i>. München: Vahlen.</p> <p>Dark Horse Innovation (2016). <i>Digital Innovation Playbook</i>. Berlin: Murmann Publishers.</p> <p>Eyal, N. (2014). <i>Hooked: Wie Sie Produkte erschaffen, die süchtig machen</i>. München: Redline.</p> <p>Goodwin, K. (2009). <i>Designing for the digital age: How to Create Human-Centered Products and Services</i>. Indianapolis: Wiley.</p> <p>Moore, G.A. (2014). <i>Crossing the Chasm: Marketing and selling products to mainstream customers</i>. New York: Harper Collins.</p> <p>Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. &amp; Smith, A. (2015). <i>Value Proposition Design</i>. Frankfurt am Main: Campus Verlag.</p> <p>Ries, E. (2011). <i>Lean Startup</i>. München: Redline.</p> <p>Rosling, H., Rosling, O. &amp; Rosling Rönnlund, A. (2019). <i>Factfulness: Wie wir lernen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist</i>. Berlin: Ullstein.</p> <p>Rustler, F. (2017). <i>Denkwerkzeuge</i>. Zürich: Midas Verlag.</p> <p>Thiel, P. &amp; Masters, B. (2014). <i>Zero to One: Wie Innovation unsere Gesellschaft rettet</i>. Frankfurt am Main: Campus Verlag.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben und zur Verfügung gestellt.</p>
<b>Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)</b>	“Product and Service Design” und/oder “Usability”
<b>Abgrenzung zum Bachelor*</b>	Integration und Vertiefung der Bachelorinhalte in eigenständiger Bearbeitung eines Innovationsprojekts
<b>Schnittstellen zu anderen Modulen und Kursen im Master</b>	<p>User-Centred Design &amp; Design Thinking</p> <p>Social Media und Online-Forschung</p> <p>Qualitative Interviews: Konzeption und Durchführung</p>
<b>Bemerkungen</b>	

## LEGENDE

*Level *Studienniveau	<p><b>B</b> Basic level (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)</p> <p><b>I</b> Intermediate level (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)</p> <p><b>A</b> Advanced level (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)</p> <p><b>S</b> Specialised level (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)</p>
*Type * Typus	<p><b>C</b> Core course/Pflichtmodule (Kerngebiet eines Studienprogramms)</p> <p><b>R</b> Related course/Wahlpflichtmodule (Unterstützung des Kerngebiets mit Vermittlung von Vor- oder Zusatzkenntnissen)</p>
*Abgrenzung zum Bachelor	Abgrenzung des Moduls zu ähnlichen Bachelormodulen hinsichtlich Inhalt und Niveau
* Selbststudium	<p>Beim «<b>begleiteten Selbststudium</b>» erteilen Dozierende den Studierenden Lern- und Arbeitsaufträge, die in der Regel in einem direkten Zusammenhang mit den Zielen eines Moduls stehen.</p> <p>Das «<b>individuelle Selbststudium</b>» deckt die Lernzeit ab, die für die individuelle Vor- und Nachbereitung von Inhalten, die in Kontaktveranstaltungen präsentiert wurden, aufgewendet werden muss. Die Studierenden arbeiten dabei in eigener Verantwortung, ohne dass dafür ein spezieller Arbeitsauftrag erteilt wird. Diese Zeit dient neben dem individuellen Durchgehen des Stoffes und dem Klären von Verständnisschwierigkeiten insbesondere auch der Prüfungsvorbereitung. (Quelle: Begleitetes Selbststudium und Selbststudium an FH, <a href="http://www.phzh.ch/MAPortrait_Data/53733/15/CSPC-Dossier%2004-2008.pdf">http://www.phzh.ch/MAPortrait_Data/53733/15/CSPC-Dossier%2004-2008.pdf</a>)</p>
<p><b>*Lernziele/ Kompetenzen</b></p> <p>&gt; Welche Kompetenzen sollen Studierende im Modul erwerben?</p> <p>&gt; Kompetenzen als Lernziele beschreiben (die Studierenden erwerben, kennen, verstehen, können beurteilen ...)</p>	<p><b>Fachkompetenz</b> <i>Erwerb verschiedener Arten von Wissen und kognitiven Fähigkeiten:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Grund- und Spezialwissen aus dem eigenen Fachgebiet und den zugehörigen Wissenschaftsdisziplinen</li> <li>&gt; Allgemeinbildung, die in Beziehung zum eigenen Fachgebiet gesetzt werden kann</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b> <i>Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die es ermöglichen, Aufgaben und Probleme zu bewältigen, indem sie die Auswahl, Planung und Umsetzung sinnvoller Lösungsstrategien ermöglichen. Dazu gehören z.B. Problemlösefähigkeit, Transferfähigkeit, Entscheidungsvermögen, abstraktes und vernetztes Denken sowie Analysefähigkeiten, effiziente Arbeitstechniken.</i></p> <p><b>Selbstkompetenz</b> <i>Fähigkeiten und Einstellungen, in denen sich die individuelle Haltung zur Welt und insbesondere zur Arbeit ausdrückt. Selbstkompetenz geht hoch über "Arbeitstugend" hinaus, da es sich um allgemeine Persönlichkeitseigenschaften handelt, welche nicht nur im Arbeitsprozess Bedeutung haben. Dazu gehört z.B. Flexibilität, Leistungsbereitschaft, Ausdauer, Zuverlässigkeit, Engagement und Motivation</i></p> <p><b>Sozialkompetenz</b> <i>Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die dazu befähigen, in den Beziehungen zu Mitmenschen situationsadäquat zu handeln. Neben Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit gehören auch dazu Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit, Rollenflexibilität, Beziehungsfähigkeit und Einfühlungsvermögen.</i></p>