



Certificate of Advanced Studies

CAS Innovation

Sie befassen sich in Ihrem Unternehmen mit der Gestaltung der Zukunft, zum Beispiel als Geschäftsführer*in, als Innovationsverantwortliche*r oder als Leitende*r von Innovationsprojekten. Das CAS Innovation bietet Ihnen eine umfassende Ausbildung mit den neuesten Erkenntnissen in Innovation und Unternehmertum.

Inhaltsverzeichnis

1	Umfeld	3
2	Zielpublikum	3
3	Ausbildungsziele	3
4	Voraussetzungen	3
5	Unterrichtssprache	3
6	Durchführungsort	3
7	Kompetenzprofil	4
8	Kursübersicht	5
9	Kursbeschreibungen	6
	9.1 Innovation Management	6
	9.2 Business Model Design	6
	9.3 Knowledge Management	7
	9.4 Disruptive Innovation umsetzen	7
	9.5 Future Thinking / Kundenbedürfnisse und Kundenreise	7
	9.6 Kreativität und Innovationsfähigkeit	8
	9.7 Studienreise (Herbstsemester)	8
	9.8 Praxistage (Frühlingssemester)	8
10	Kompetenznachweis	9
11	Lehrmittel	9
12	Dozierende	9
13	Organisation	10

Stand: 02.04.2024

1 Umfeld

Innovation ist für Unternehmen erfolgsentscheidend. Schnellere Technologiezyklen, differenziertere Kundenforderungen und zunehmende Globalisierung der Märkte sind die treibenden Kräfte des Wandels. Unternehmen aller Branchen und jeder Grösse sind davon betroffen. Sie müssen daher die Fähigkeit entwickeln, die für das Unternehmen relevanten Erfolgsfaktoren zu erkennen und Ideen und Strategien zu entwickeln, um kommerziellen Erfolg zu erzielen. Innovationsmanagement wird damit zu einer zentralen Qualifikation. Das CAS Innovation vermittelt Ihnen dazu die neuesten Strategien, Prozesse und Methoden des Innovationsmanagements.

Das CAS Innovation beinhaltet im Herbstsemester eine Studienreise nach Boston zum Thema Entrepreneurship und im Frühlingsemester Praxistage mit der Möglichkeit, Themen aus dem eigenen Arbeitsalltag zu bearbeiten.

2 Zielpublikum

Das CAS Innovation richtet sich an Personen, welche in ihren Unternehmen Verantwortung für die Gestaltung der Zukunft tragen oder diese in Zukunft übernehmen möchten.

3 Ausbildungsziele

- Sie erkennen Veränderungen in den Bereichen Markt, Konkurrenz und Technologie, Produktentwicklungen, Dienstleistungen und Geschäftsprozessen.
- Sie können eine Innovationsstrategie entwickeln, einen funktionsfähigen Innovationsprozess aufbauen und dadurch anspruchsvolle Innovationsprojekte zum Erfolg zu bringen.
- Sie wissen, was man beim Aufbau eines Start-up-Unternehmens oder Innovationsbereiches beachten muss.
- Sie können Innovation in einem Unternehmen sowie innovative Produkte und Dienstleistungen gestalten.
- Sie erkennen innovative Fähigkeiten und können Kreativität und Innovationsfähigkeit bei sich selbst, im eigenen Team und im Unternehmen fördern.

4 Voraussetzungen

Sie bringen betriebswirtschaftliche Vorkenntnisse und ein offenes Mindset mit.

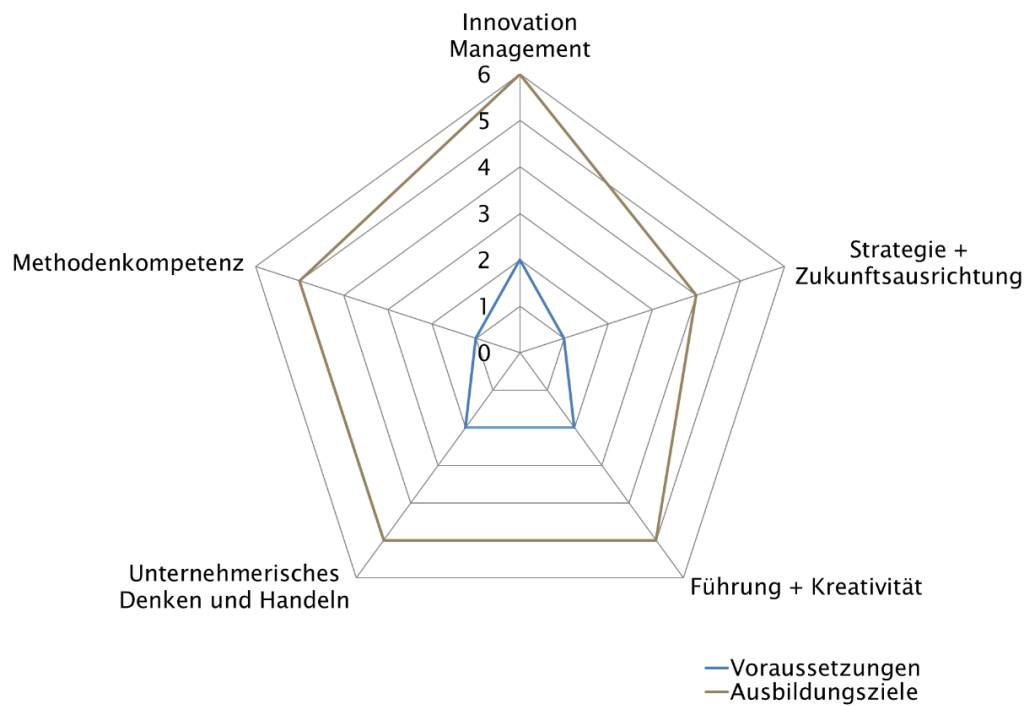
5 Unterrichtssprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch, die Unterlagen sind teilweise in Englisch.

6 Durchführungsort

Berner Fachhochschule, Weiterbildung, Aarbergstrasse 46 (Switzerland Innovation Park Biel/Bienne), 2503 Biel,
Telefon +41 31 848 31 11, E-Mail weiterbildung.ti@bfh.ch.

7 Kompetenzprofil



Kompetenzstufen

1. Kenntnisse/Wissen
2. Verstehen
3. Anwenden
4. Analyse
5. Synthese
6. Beurteilung

8 Kursübersicht

Kurs / Lehreinheit	Lektionen		Dozierende
	FS	HS	
Einführung	8	8	Prof. Dr. Ina Goller
Future Thinking Kundenbedürfnisse und Kundenreise	16	8	Christina Taylor
Innovation Management – Strategie – Prozesse – Strukturen – Methoden	32	32	Peter Fürst
Kreativität und Innovationsfähigkeit	16	16	Prof. Dr. Ina Goller
Business Model Design	16	16	Dr. Patrick Stähler
Knowledge Management	8	8	Myrtha Dick
Finanzierung von Innovationsvorhaben	16	16	Jan Fülcher
Studienreise ans Babson College: – Entrepreneurship – Innovation – Firmenbesuche		40	Babson College Prof. Dr. Ina Goller
Praxistage & Gastreferate	32		
Total	160	160	

Das CAS umfasst insgesamt 12 ECTS-Credits. Für die einzelnen Kurse ist entsprechend Zeit für Selbststudium, Prüfungsvorbereitung etc. einzurechnen.

9 Kursbeschreibungen

Nachfolgend sind die einzelnen Kurse dieses Studienganges beschrieben.

Der Begriff Kurs schliesst alle Veranstaltungstypen ein, es ist ein zusammenfassender Begriff für verschiedene Veranstaltungstypen wie Vorlesung, Lehrveranstaltung, Fallstudie, Living Case, Fach, Studienreise, Semesterarbeiten usw.

9.1 Innovation Management

Modernes Innovationsmanagement ist die Schlüsselkompetenz der Zukunft. Dieser Kurs vermittelt umfassend die neusten Theorien, Methoden und Werkzeuge des Innovationsmanagements.

Lernziele	<p>Die Teilnehmenden lernen, Innovationen in einer Organisation ganzheitlich zu managen. Sie können eine Innovationsstrategie entwickeln und einen Innovationsprozess aufbauen. Sie lernen die Merkmale von innovationsfördernden Organisationsstrukturen, die strategische Positionierung von Innovationsvorhaben und die geeignete Markteinführung gezielt für ihre Innovationsvorhaben zu nutzen.</p> <p>Dazu gehören auch die Erkennung und Förderung von innovationsförderlichen Kompetenzen auf der individuellen Ebene (Kreativität) und im Team.</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none">– Definition des Begriffs Innovation und verschiedene Innovationsarten– Aufbau eines durchgängigen Innovationsprozesses– Organisation innovativer Unternehmen– Open Innovation: ein Paradigmenwechsel– Innovationsinstrumente: wirkungsvolle Methoden

9.2 Business Model Design

Zukünftig wird sich Innovation nicht nur auf die Erneuerung von Produkten und Dienstleistungen beschränken, sondern auf die Innovation des gesamten Geschäftes einer Unternehmung. Im Zentrum steht die Innovation des Geschäftsmodells.

Lernziele	<p>Die Teilnehmenden kennen die zentralen Elemente eines Geschäftsmodells und können Geschäftsmodelle analysieren, entwerfen und weiterentwickeln.</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none">– Definition eines Geschäftsmodells und Abgrenzung bezüglich der Strategie– Unterschiedliche Darstellungen von Geschäftsmodellen– Komponenten von Geschäftsmodellen– Archetypen von Geschäftsmodellen– Designwerkzeuge und Instrumente der Geschäftsmodellentwicklung– Entwicklungsprozess von Geschäftsmodellen– Geschäftsmodell-Innovation– Beispiele erfolgreicher Geschäftsmodelle

9.3 Knowledge Management

Für eine erfolgreiche Innovationstätigkeit ist der systematische und professionelle Umgang mit Wissen ein Schlüsselfaktor.

Lernziele	Die Teilnehmenden kennen die Grundbegriffe und Problemstellungen des Knowledge Managements und können die Instrumente des Knowledge Managements wirkungsvoll in ihre Geschäftsprozesse integrieren.
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Einführung der Grundbegriffe, Denkschulen und Bausteine – Umsetzungsvarianten von Knowledge Management – Integration und Umsetzung von Knowledge Management – Organisatorische Verankerung von Knowledge Management

9.4 Disruptive Innovation umsetzen

Disruptive – bahnbrechende – Innovation folgt eigenen Regeln und erfordert von den Innovator*innen nicht nur Sachverstand, sondern auch die Fähigkeiten von erfolgreichen Unternehmer*innen.

Lernziele	Die Teilnehmenden verstehen, wie sich disruptive Innovation von inkrementeller Innovation unterscheidet. Sie kennen die Erfolgsfaktoren disruptiver Innovation und wie sie solche Projekte zum Erfolg bringen können. Sie verstehen aber auch, wie Unternehmen mit Portfolios disruptiver Innovationsprojekte umgehen müssen und diese in ihre Langfriststrategie integrieren können.
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Disruption und ihr Verhältnis zum Unternehmertum – Erfolgreiche Disruption: Statistiken, Einflussfaktoren; Persönlichkeit und Verhalten erfolgreicher Unternehmer*innen und Disruptor*innen – Portfolios von Disruptionsprojekten aufbauen und führen – Disruptionsprojekte finanzieren: Überlegungen, Abläufe, Herausforderungen in Theorie und Praxis – Disruption und Entscheidungsverhalten: Durchführung einer Simulation

9.5 Future Thinking / Kundenbedürfnisse und Kundenreise

Lernziele	Die Teilnehmenden lernen die zwei Treiber*innen für Innovation, «Potenziale der Zukunft / Future Thinking» und «Kundenbedürfnisse», kennen und können diese auf Fallbeispiele anwenden.
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Wie gehen wir mit künftigen Chancen und Risiken um und gestalten proaktiv die Zukunft? – Wie kann ein Unternehmen mögliche Zukünfte erkennen und schrittweise Entscheide herbeiführen? – Wie können wir Kundenbedürfnisse erkennen und antizipieren? – Wie gestalten wir bewusst Interaktionen mit Kund*innen? – Wie können wir aus der Zukunft und anhand von Kund*innenbedürfnissen sinnvolle Handlungsanleitungen für heute entwerfen?

9.6 Kreativität und Innovationsfähigkeit

Lernziele	Die Teilnehmenden lernen <ul style="list-style-type: none">– Kompetenzen für die eigene Kreativität kennen (z. B. offen für Neues sein) und lernen diese zu trainieren.– Grundlegende Modelle und Theorien der Kreativität und Innovationsfähigkeit kennen und lernen diese anzuwenden.– Innovationsfähigkeit von Teams kennen und lernen Teams zu gestalten (z.B. Psychologische Sicherheit)
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none">– Modelle der individuellen und Team-Kreativität– Individuelle kreative Kompetenzen: offen für Neues, Problemraum-Beschreibung und kreatives Problemlösen– Kreative Methoden der Ideengenerierung– Team-Kompetenzen, u.a. Psychologische Sicherheit

9.7 Studienreise (Herbstsemester)

Lernziele	Wer mit seiner Firma international tätig ist, muss die kulturellen Hintergründe kennen, die wichtigen Rahmenbedingungen in den Ländern seiner Geschäftspartner und die Art, wie persönliche Netzwerke funktionieren. International agil zu sein, ist ein wichtiges Ziel für Absolvierende von EMBA- und MAS-Studiengängen in der Weiterbildung.
Themen und Inhalte	Im Zentrum der Studienreisen steht der Studienaufenthalt im Babson College (Boston, USA) mit dem Themenschwerpunkt Entrepreneurship. Ausserdem stehen Kontakte mit der Wirtschaft, mit Unternehmen und mit Organisationen, welche eine Geschäftsbeziehung mit Partnern im Gastland unterstützen, auf dem Programm.

9.8 Praxistage (Frühlingssemester)

Lernziele	In dieser Lehreinheit werden praxisbezogene Methoden, Inhalte und konkrete Praxisbeispiele gemeinsam erarbeitet, reflektiert und die Möglichkeit gegeben, konkrete Themen aus dem eigenen Arbeitsalltag zu lösen. Einige dieser Tage werden nicht in den üblichen Unterrichtsräumen stattfinden, sondern vor Ort bei ausgesuchten Organisationen, die ihre Innovationsthemen vorstellen.
Themen und Inhalte	Die Tage haben einen wechselnden Inhalt (je nach Aktualität und Interesse der Studierenden). Folgende Themen sind prototypisch zu sehen: <ul style="list-style-type: none">– Einfluss von Trends auf Innovation (z.B. Digitalisierung)– Innovations-Workshops selbst gestalten– Aktuelle Themen aus dem eigenen Unternehmen gemeinsam diskutieren und «lösen»– Best-Practice-Beispiele besichtigen

10 Kompetenznachweis

Für die Anrechnung der 12 ECTS-Credits ist das erfolgreiche Bestehen der Qualifikationsnachweise (Prüfungen, Projektarbeiten) erforderlich, gemäss folgender Aufstellung:

Kompetenznachweis		Gewicht	Erfolgsquote Studierende
Herbstsemester	Frühlingssemester		
Kurzvortrag	Kurzvortrag	1	0 - 100 %
Kurz-Living-Case im Team	Kurz-Living-Case im Team	3	0 - 100 %
Lern- und Reflexionstagebuch	Lern- und Reflexionstagebuch	6	0 - 100 %
Gesamtgewicht / Erfolgsquote	Gesamtgewicht / Erfolgsquote	10	0 - 100 %

Der gewichtete Mittelwert der Erfolgsquoten der einzelnen Kompetenznachweise wird in eine Note zwischen 3 und 6 umgerechnet. Die Note 3 (gemittelte Erfolgsquote weniger als 50%) ist ungenügend. Die Noten 4, 4.5, 5, 5.5 und 6 (gemittelte Erfolgsquote zwischen 50% und 100%) sind genügend.

11 Lehrmittel

Es werden keine Lehrmittel vorgeschrieben. Die einzelnen Dozierenden stellen ausführliches Folienmaterial und begleitendes Lesematerial zur Verfügung.

12 Dozierende

Vorname Name	Firma	E-Mail
Jan Fülscher	Kopfwerker AG	jan@fuelscher.ch
Dr. Patrick Stähler	fluidminds GmbH	patrick.staehler@fluidminds.ch
Myrtha Dick	CSP AG	myrtha.dick@csp-ag.ch
Peter Fürst	five i's innovation consulting GmbH	fuerst@five-is.com
Christina Taylor	ScenarioC	christina.taylor@scenarioc.com
Prof. Dr. Ina Goller	BFH	ina.goller@bfh.ch

13 Organisation

CAS-Leitung:

Prof. Dr. Ina Goller

Tel: +41 31 848 32 43

E-Mail: ina.goller@bfh.ch

CAS-Administration:

Ana Held

Tel: +41 31 848 60 21

E-Mail: ana.held@bfh.ch

Während der Durchführung des CAS können sich Anpassungen bezüglich Inhalten, Lernzielen, Dozierenden und Kompetenznachweisen ergeben. Es liegt in der Kompetenz der Dozierenden und der Studienleitung, aufgrund der aktuellen Entwicklungen in einem Fachgebiet, der konkreten Vorkenntnisse und Interessenslage der Teilnehmenden, sowie aus didaktischen und organisatorischen Gründen Anpassungen im Ablauf eines CAS vorzunehmen.

Berner Fachhochschule

Technik und Informatik

Weiterbildung

Aarbergstrasse 46 (Switzerland Innovation Park Biel/Bienne)

2503 Biel

Telefon +41 31 848 31 11

E-Mail: weiterbildung.ti@bfh.ch

bfh.ch/ti/weiterbildung

bfh.ch/cas-ino