

## Kurs Innovationsmarketing

<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Heinz-Werner Schuster
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassungsvoraussetzung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO
	<b>Inhaltlich:</b> regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich; keine speziellen Vorkenntnisse erforderlich
<b>Prüfungsleistung</b>	ELN auf der Basis einer Studienarbeit (70 %) mit Präsentation (30 %)
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Bewertung der Prüfungsleistung</b>	endnotenbildend
<b>Bestehenserblich</b>	ja
<b>Qualifikationsziele / Lernergebnisse</b>	Die Studierenden kennen unterschiedliche Formen, sektorale Besonderheiten und Erfolgsfaktoren von Innovationen. Ihnen sind sowohl traditionelle Ansätze als auch neuere Internet-Tools im Rahmen der strategischen Innovationsmarktforschung vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, zentrale Methoden des Innovationsprozesses situationsspezifisch anzuwenden. Sie können Ziele, Strategien und Marketing-Mix-Maßnahmen für die Markteinführungsphase entwickeln, um neue Angebote bzw. Unternehmen erfolgreich zu platzieren.
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Innovationsmarketing</li> <li>• Schlüsselrolle der strategischen Innovationsmarktforschung</li> <li>• Ausgewählte Methoden des Innovationsprozesses</li> <li>• Markteinführung neuer Angebote</li> <li>• Spezialfall Unternehmensgründung</li> <li>• Fallstudien und Projekte</li> </ul>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Videos, Fallstudien
<b>Literatur</b>	<p>Bessant, John/Tidd, Joe: Innovation and Entrepreneurship, John Wiley &amp; Sons, 2<sup>nd</sup> ed., Chichester, 2011;</p> <p>Esch, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, Vahlen-Verlag, 6. Aufl., München 2007;</p> <p>Gassmann, Oliver/Sutter, Philipp: Praxiswissen Innovationsmanagement, Hanser Verlag, 2. Aufl., München, 2011;</p> <p>Herrmann, Christoph/Moeller, Günter: Innovation -Marke – Design, Symposium Publishing, Düsseldorf 2006;</p> <p>Hofbauer, Günter/Körner, René/Nikolaus, Uwe/Poost, Andreas: Marketing von Innovationen, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, 2009;</p> <p>Pepels, Werner (Hrsg.): Launch – Die Produkteinführung, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart 2001;</p> <p>Russo, Peter/Gleich, Ronald/Strascheg, Falk: Von der Idee zum Markt, Vahlen-Verlag, München, 2008;</p>

	<p>Trommsdorff, Volker/Steinhoff, Fee: Innovationsmarketing, Vahlen-Verlag, München, 2007;</p> <p>Weidenmann, Bernd: Handbuch Kreativität, Beltz-Verlag, Weinheim/Basel, 2010</p>
--	---