

Das Problem

Noch immer fokussieren viele Unternehmen beim Thema Innovation ausschließlich auf Produktentwicklungen.

Dass ein umfangreiches Innovationsmanagement und der intelligente Einsatz von Technologien aber zu den Erfolgsfaktoren für nachhaltiges unternehmerisches Wachstum geworden sind, wird vielfach übersehen. Dieser Seminarzyklus beschäftigt sich unter anderem mit folgenden Fragen:

Soziale Innovationen:

Wie werden Technologiesprünge vermittelt?

Open Innovation:

Wie manage ich fremde Kreativität?

Cross Industry Innovation:

Wie lerne ich von unverwandten Branchen?

User Innovation:

Was weiß der Kunde besser?

Innovationsmarketing:

Wie bekomme ich Ideen marktfähig?

Neuromarketing:

Was hilft Neuromarketing bei Innovationsprozessen?

Innovationsmanagement:

Wie organisiere ich Innovationsprozesse?

Das Konzept

Der in diesem Jahr sechs Abendveranstaltungen umfassende Zyklus „Management Perspektiven“ bietet Ihnen einen Einblick in die aktuellen Trends in den wichtigen Bereichen Innovationsmanagement, Technologiemanagement und Wachstum. Dabei arbeitet das Seminar anwendungsorientiert und bringt sowohl die intensiven Erfahrungen der Dozenten in der Zusammenarbeit mit Unternehmen ein als auch neue Konzepte auf Grundlage betriebswirtschaftlicher Theorien. Der Zyklus richtet sich zum einen an Geschäftsführer und Unternehmer, die das gewonnene Wissen an ihre Führungskräfte der einzelnen Abteilungen weiterreichen können. Zum anderen sind Verantwortliche der einzelnen Funktionen angesprochen, die einen Blick über ihren direkten Bereich hinaus entwickeln möchten.

Das Ziel

Nach sechs Abenden haben Sie ein neues und umfassendes Verständnis von der Bedeutung von Innovations- und Technologiemanagement und den unterschiedlichen Methoden. Gemeinsame Wissensgenerierung statt bloßer Wissenstransfer – das ist die Leitidee des didaktischen Konzepts der Zeppelin Universität. Ein Schwerpunkt der Abendseminare liegt in der inhaltlichen Vorstellung der Management-Konzepte. Darüber hinaus bieten die Management Perspektiven aber auch Gelegenheit zur Interaktion:

Die Teilnehmenden berichten von ihren praktischen Erfahrungen und generieren mit dem Know-How des Dozenten live neues Wissen. In der Pause oder im Anschluss an das Seminar besteht weitere Möglichkeit zu persönlichen Gesprächen.

4. Zyklus Management Perspektiven | 2010

Wachstum durch Innovations- und Technologiemanagement

Eine Orientierungshilfe für Praktiker zu wichtigen Trends im Management

**Frühbucher-
rabatt**
15% bis zum
10.02.2010

Alles Alte, soweit es Anspruch darauf hat, sollen wir lieben, aber für das Neue sollen wir recht eigentlich leben.

Theodor Fontane

Zeppelin Universität
Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik

Susanne Ising MA
Universitätsveranstaltungen | Weiterbildung

Am Seemooser Horn 20
D-88045 Friedrichshafen
Tel: +49 7541 6009-1192
Fax: +49 7541 6009-1199
susanne.ising@zeppelin-university.de

Weitere Informationen und Anmelde-möglichkeit unter:
www.zeppelin-university.de/managementperspektiven



Mittwoch, 17. März 2010 | Prof. Dr. Stephan A. Jansen

**Innovationsmanagement – kommunikations- und kulturwissenschaftlich
9 Paradoxien und 3 Herausforderungen des Innovationsmanagements**

Innovationsmanagement ist paradox, weil es kein kausales Management von Innovationen gibt; Ideen meistens ohnehin am Markt scheitern und sich nur selten das Beste durchsetzt. Die zu entwickelnden Paradoxien sollen die Nicht-Trivialität des Phänomens der Kreativität aufzeigen und ein „neues Nachdenken über das Neue“ anregen. Anhand der drei organisationalen Herausforderungen – „enabling environments“, „crossing boundaries“, „marketing inventions“ sollen im Anschluss Szenarien entwickelt und gemeinsam über das „trotzdem“ des Innovationsmanagements diskutiert werden.

Prof. Dr. Stephan A. Jansen ist Inhaber des Lehrstuhls für strategische Organisation & Finanzierung der Zeppelin Universität.



Mittwoch, 31. März 2010 | Prof. Dr. Reinhard Prügl

„User Innovation“

Was haben so unterschiedliche Produkte wie das Snowboard, Viagra, Computerchips oder Geox-Schuhe gemeinsam? Nun: der zündende Funke für diese Innovationen stammt NICHT von einem etablierten Anbieter sondern überraschenderweise von einfachen Anwendern. Was ist bis dato bekannt zu diesem spannenden Phänomen? Welche Konsequenzen hat „User Innovation“ für unseren unternehmerischen Alltag? In der Veranstaltung werden Handlungsanleitungen zur Nutzung von „User Innovation“ präsentiert. Prof. Dr. Reinhard Prügl ist Inhaber des Lehrstuhls für Innovation, Technologie & Entrepreneurship der Zeppelin Universität.



Mittwoch, 21. April 2010 | Prof. Dr.-Ing. Joachim Warschat | Marc Rüger

Wachstum durch Technologiemanagement und -monitoring

Technologische Trends frühzeitig zu erkennen und die Chancen neuer Technologien für Produktinnovationen zu nutzen, ist eine Grundlage für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Nicht zuletzt wegen der großen Dynamik des technologischen Fortschritts wird es für Unternehmen aber immer schwieriger, technische Möglichkeiten umfassend zu erkennen und zielorientiert einzusetzen. Eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Technologieentwicklung ist daher die Fähigkeit einer Organisation, die Bedürfnisse des Marktes mit den Potenzialen neuer Technologien schnell und effizient abzugleichen und in die eigenen Produkte und Prozesse zu integrieren.

Prof. Dr.-Ing. Joachim Warschat ist Leiter des Geschäftsfelds Innovations- und Technologiemanagement des Stuttgarter Fraunhofer Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation.

Marc Rüger ist Leiter des Zentrums Technologiemanagement an der ZU, welches in Kooperation mit dem IAO Stuttgart im Herbst 2009 gegründet wurde.



Mittwoch, 24. März 2010 | Prof. Dr. Ellen Enkel

„Open Innovation“ – Ernsthafter Innovationsvorsprung oder nur Modeerscheinung?

Prof. Ellen Enkel wird über die aktuellsten Erkenntnisse im Bereich Open Innovation berichten. Nachdem die Öffnung des Innovationsprozesse bereits seit 2002 postuliert wird, muss man heute angesichts der kürzeren Innovationszyklen und sinkenden Budgets sehr genau entscheiden welche Aktivitäten dem Unternehmen die beste Kosten-Nutzen Relation bringen. Hierzu diskutiert Prof. Enkel welche Unternehmen zur Zeit sehr erfolgreich Nutzen aus dem Open Innovation Konzept ziehen und welche Gründe es gibt nach wie vor Eigenentwicklungen voranzutreiben. Auch wird auf die Messproblematik eingegangen: wie weiß ein Unternehmen wann es den richtigen Grad der Öffnung erreicht hat und wie misst man den Nutzen von offenen Innovationsaktivitäten?

Prof. Dr. Ellen Enkel ist Inhaberin des Lehrstuhls für Innovationsmanagement der Zeppelin Universität.



Mittwoch, 14. April 2010 | Dr. Peer Ederer

Innovation als Treiber von Wachstum

Was ist der Ursprung von Innovation? Wie kann Innovation so nachhaltig in allen Ebenen des Unternehmens verankert werden, daß die Organisation durch alle Zyklen hindurch daran festhalten kann, sich an vorderster Front der technologischen Entwicklung zu positionieren, und mit entsprechendem Wachstum davon profitiert? Die Veranstaltung trägt hierzu neueste Erkenntnisse aus der Humankapitalforschung und deren Verknüpfung zu Innovations- und Wachstumspotential dar. Mit einem Fallbeispiel wird der Zusammenhang und die Herausforderung illustriert.

Dr. Peer Ederer leitet das „Innovation & Growth Project“ der Zeppelin Universität.



Mittwoch, 28. April 2010 | Prof. Dr. Peter Kenning

Neuroeconomics und Neuromarketing: Ein innovativer Ansatz

Das Gehirn ist die biologische Hardware, die Sie, Ihre Mitmenschen und Ihre Kunden gemeinsam haben. Im Gehirn entstehen Beurteilungen und (Kauf-)Entscheidungen, es wird Kommunikation verarbeitet und starke Marken sind hier verankert. Durch Ihre Teilnahme an der Veranstaltung erhalten Sie einen fundierten Einblick in die Erkenntnisse der Hirnforschung und ihre Methoden. So werden Sie:

| Verstehen, wie menschliches Verhalten, vor allem Entscheidungen im Gehirn entstehen – sowohl die eigenen, die Ihrer Kollegen wie auch die Ihrer Kunden
| Lernen, wie Sie bessere Entscheidungen im Alltag und im Beruf treffen, auch wenn es um die Auswahl von Werbemitteln oder Fragen der Markenführung geht

| Lernen, wie Konsumenten Produkte beurteilen und Kaufentscheidungen treffen sowie sie effektiv und effizient erreicht werden und zu loyalen Kunden werden. Prof. Dr. Peter Kenning ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing der Zeppelin Universität.

Name	Vorname
Titel	Position / Funktion
Firma	Abteilung
Straße	Ort, Land
Telefon	E-Mail
Datum	Unterschrift

Die Anmeldung ist verbindlich. Selbstverständlich kann bei Verhinderung eine Ersatzperson benannt werden.

Zeit & Ort

17. März bis 28. April 2010 jeweils mittwochs von 18.15 bis 21.00 Uhr
Zeppelin Universität, Neubau am Seecampus, Friedrichshafen.

Zielgruppe

Personen der ersten und zweiten Führungsebene.

Referenten

Die Referenten sind Spezialisten der Zeppelin Universität für das jeweilige Thema. Sie haben Ihre Kompetenz durch intensive Forschung und durch Anwendungsprojekte in der Praxis untermauert.

Preise & Abonnements

Wir empfehlen eine Teilnahme am gesamten Zyklus.

Es werden Einzeleintritte und attraktive Abonnements angeboten:

General-Abo | Anzahl der Abonnements

Alle 6 Themen zum Preis von 5 = EUR 800,00 (statt EUR 960,00)

Besonders geeignet als Intensivkurs oder Firmen-Abonnement, denn das Abo kann übertragen werden.

4er-Abo | Anzahl der Abonnements

4 Veranstaltungen zum Preis von 3 = EUR 480,00 (statt EUR 640,00)

Wählen Sie Ihre vier Favoriten selbst, und sichern Sie sich damit die Vorzugskonditionen.

Einzeleintritt | Anzahl der Einzeleintritte

EUR 160,00

Bitte nennen Sie in der Liste die Personenzahl:

**Innovationsmanagement – kommunikations- und kulturwissenschaftlich
9 Paradoxien und 3 Herausforderungen des Innovationsmanagements**

| Einzeleintritt | 4er-Abo

**„Open Innovation“ – Ernsthafter Innovationsvorsprung
oder nur Modeerscheinung?**

| Einzeleintritt | 4er-Abo

„User Innovation“

| Einzeleintritt | 4er-Abo

Innovation als Treiber von Wachstum

| Einzeleintritt | 4er-Abo

Wachstum durch Technologiemanagement und -monitoring

| Einzeleintritt | 4er-Abo

Neuroeconomics und Neuromarketing: Ein innovativer Ansatz.

| Einzeleintritt | 4er-Abo