Vak: Innovatiemanagement — credits: 5

Vakcode	CELB22INM
Naam	Innovatiemanagement
Studiejaar	2025-2026
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra
Werkvormen	Hoorcollege
Toetsen	Innovatiemanagement - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- WAARDE CREËREN ; De CE’er geeft invulling aan de commerciële koers door duurzame waarde te creëren voor zowel de klant, de organisatie en de maatschappij. Dit doet hij op basis van analyse van data en onderzoek, gericht op het meten van het daadwerkelijk gedrag van de klant. Hij weet deze analyse te vertalen naar een aanpak.
- BUSINESS DEVELOPMENT; De CE’er ontwerpt in co-creatie met stakeholders onderscheidende en/of vernieuwende concepten en verdienmodellen voor de optimalisatie van waarde voor alle relevante stakeholders. Hij anticipeert op en/of initieert veranderingen en verkrijgt draagvlak van de stakeholders gedurende het ontwikkelproces.
- REALISEREN; De CE’er realiseert vanuit het ontwikkelde concept een duurzaam commercieel (deel)product of dienst voor bestaande- en potentiele stakeholders. De CE’er draagt creatieve oplossingen aan, faciliteert (onderdelen van) het uitvoeringsproces toont doorzettingsvermogen en neemt (financiële) verantwoordelijkheid om samen met interne- en externe partijen tot het gewenste commerciële resultaat te komen. Tijdens de realisatie draagt hij zorg voor het commitment van stakeholders.

21th-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- de innovatiemethodiek (Design Thinking) toepassen op een echt en gegeven strategisch vraagstuk van een opdrachtgever
- de gebruikers actief in het hele innovatieproces betrekken en die ervaringen als uitgangspunt nemen voor de innovatieve strategie.
- een innovatieve marketingstrategie ontwikkelen voor het strategische vraagstuk en visualiseren in een prototype
- onderbouwen en evalueren vanuit de stappen van design thinking waarom dit de meest kansrijke strategie is vanuit alle eerste ideeën en concepten.
- de marketingstrategie uitwerken in een businessmodel en implementatieplan
- de innovatieve strategie mondeling pitchen in de Nederlandse taal

Inhoud

Niveau:
Inleidend

Inhoud:
We zien in deze tijd behoorlijk wat maatschappelijke en technologische ontwikkelingen die ervoor zorgen dat bedrijven steeds sneller en flexibeler aan de slag moeten met nieuwe concepten, processen en businessmodellen. Het overlevingsvermogen van ondernemingen is afhankelijk van de mate en snelheid waarin zij in staat is om zich aan de omgeving aan te passen. In dit vak gaan we bezig met innovatiemanagement en Design Thinking.
Tijdens dit vak werken de studenten in een projectteam en voeren een opdracht uit voor een echte opdrachtgever. Deze opdrachtgever heeft een strategisch probleem waarmee de studenten aan de slag gaan om te komen met een nieuwe innovatieve strategie als oplossing voor dit probleem. Hiervoor gebruiken de studenten de projectaanpak Design Thinking.

Studiemateriaal:
Geen boeken nodig. Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet of Brightspace.

Opgenomen in opleiding(en)	School(s)
Commerciële Economie Duaal	Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.