

Innovation in Logistik und Commerce

Modulcode: DLBLOILC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	n/a	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Unterrichtssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hubert Vogl (Innovation in Logistik und Commerce)

Kurse im Modul

- Innovation in Logistik und Commerce (DLBLOGC202)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Methoden und Verfahren

Qualifikationsziele des Moduls

Innovation in Logistik und Commerce

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements anwenden zu können.
- aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten zu können und Innovationsprozesse zu initiieren und zu steuern.
- Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten.
- Argumente pro und contra präzise zu formulieren und untermauern.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile zu formulieren. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.
- durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz zu stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Innovation in Logistik und Commerce

Kurscode: DLBLOGC202

Niveau	Unterrichtssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Es werden konkret innovative Ideen entwickelt und in virtuellen Teams in einem definierten Prozess konkretisiert. Es ist das Ziel, für ein konkretes betriebliches Umfeld Umsetzungsstrategien und Implementierungsvorschläge zu erarbeiten und kritisch zu bewerten. Der für das Präsenzstudium definierte Laborcharakter wird hier durch die Bildung virtueller Teams, ggf. mit den Tutoren des Programms und weiteren Beteiligten z. B. im Rahmen eines „Open Innovation Prozesses“ abgebildet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements anwenden zu können.
- aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten zu können und Innovationsprozesse zu initiieren und zu steuern.
- Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten.
- Argumente pro und contra präzise zu formulieren und untermauern.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile zu formulieren. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.
- durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz zu stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren.

Kursinhalt

1. Trends und Entwicklungen
 - 1.1 Technologische Trends
 - 1.2 Organisatorische Trends
 - 1.3 Inventionen und Typen von Innovationen
 - 1.4 Disruptive Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft
 - 1.5 Trendscouting, -analyse und -bewertung
2. Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
 - 2.1 Forschungsfelder der Handelslogistik
 - 2.2 Technologiefolgenabschätzung und -bewertung
 - 2.3 Infrastrukturelle Rahmenbedingungen der Innovation in der Logistik
 - 2.4 Auswirkungen von Produktlebenszyklen auf Logistik und Handel
3. Innovationen und Innovationsmanagement
 - 3.1 Innovation als Unternehmensstrategie und -kultur
 - 3.2 Innovationen in Logistikunternehmen
 - 3.3 Innovationen in Handelsunternehmen
 - 3.4 Gestalten von betrieblichen Innovationsprozessen
4. Methoden und Verfahren
 - 4.1 Die Stufen von Innovationsprozessen, Stage Gate-Prozesse
 - 4.2 Ideenfindung und Kreativitätsmethoden
 - 4.3 Systematische Analyse und Potenzialbewertung
 - 4.4 Kundenbefragungen als Methode kontinuierlicher Innovation
5. Implementierung und Erfolgsmessung
 - 5.1 Implementierung innovativer Geschäftsmodelle in der Logistik
 - 5.2 Implementierung innovativer Geschäftsmodelle im Handel
 - 5.3 Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Innovation in der Logistik
 - 5.4 Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Innovation im Handel

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München.
- Herrmann, D./Hüneke, K./Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz. Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2006): The Management of Technology and Innovation. Thomson South Western, Mason (OH).
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.
- Ausgewählte Filme/Bücher aus dem SciFi-Genre.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed