

Innovationsmanagement		Modulkürzel	verantwortlich		Pflichtmodul				
		IVG-5	Prof. Dr. Miedaner						
Qualifikations-/Kompetenzziele	<b>Wissen und Verstehen</b>	Die Studierenden eignen sich zur vorliegenden Thematik literaturbasiert selbstständig neues Wissen an. Sie vertiefen somit ihre Vorkenntnisse im Bereich des Marketings sowie des Innovationsmanagements aus einem vorhergehenden Bachelorstudiengang. Sie kennen Strategien und Maßnahmen im Bereich des Produkt- und Prozessmanagements insbesondere in der Verbindung zu einer systematischen Beziehungspflege zu relevanten Kunden/Stakeholdern von Unternehmen der Gesundheitsbranche. Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Ansätze von Innovationsprozessen kritisch vor dem Hintergrund der tatsächlichen Gegebenheiten im Gesundheitswesen zu reflektieren.							
	<b>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen</b>	Die Studierenden identifizieren unter Zuhilfenahme der aktuellen wissenschaftlichen Literatur Probleme des Innovationsmanagements in der Praxis und entwickeln eigenständig Lösungsmöglichkeiten für das Produkt- und Prozessmanagement sowie für das Customer Relationship Management. Sie können aufbauend auf den Analyseergebnissen Strategien und Maßnahmen einer konsequenten Ausrichtung von Unternehmungen auf die Bedürfnisse ihre Kunden generieren.							
	<b>Kommunikation und Kooperation</b>	Die Studierenden kommunizieren sach- und fachbezogen sowie ergebnisorientiert. Sie erarbeiten in Gruppen anhand praxisrelevanter Problemstellungen theoretisch begründbare Lösungsvorschläge. Ihre Ergebnisse tauschen sie mit den Lehrenden und dem Plenum aus. Die Studierenden berücksichtigen das Wissen und die Erfahrungen aller Teammitglieder für eine zielgerichtete Bearbeitung der Aufgabenstellung.							
	<b>Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität</b>	Die Studierenden nehmen Rahmenbedingungen beruflichen Handelns im unternehmerischen Kontext wahr. Sie reflektieren in Teams die eigenständig entwickelten problemorientierten Lösungsmöglichkeiten und nehmen dabei Bezug auf kundenspezifische Erwartungen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse im Gesundheitswesen.							
<b>Lehrinhalte</b>	<p><b>Produkt- und Prozessmanagement</b></p> <p>Gegenstand und Besonderheiten des Produktmanagements im Gesundheitswesen; Prozessebenen im Produktmanagement und organisatorische Eingliederung; Verbindungen zum Produkt- bzw. Dienstleistungsmarketing; kundenorientierte Optimierung der Versorgungskette im Gesundheitswesen; rechtliche Rahmenbedingungen</p> <p><b>Customer Relationship Management</b></p> <p>Entwicklung und Prüfung von Strategien und Maßnahmen zur Initialisierung und Intensivierung von Geschäftsbeziehungen zu den Stakeholdern, insbesondere zu den Kunden im Sinne eines Kundenbeziehungsmanagements im Gesundheitswesen</p>								
<b>Umfang, LP, Prüfungen</b>	Lehr-/Lerngebiet	Sem.	Lehr-/Lern-Arrangement	SWS	LP	Aufwand (Std.)			Prüfung
	Produkt- und Prozessmanagement	2	VSÜ, OA, LIT	2	7	40	20	150	K90
	Customer Relationship Management			2					
<b>Häufigkeit</b>	1x pro Studienjahr								
<b>Dauer</b>	1 Semester								
<b>Voraussetzungen für die Vergabe der LP</b>	erfolgreiches Absolvieren der Prüfungsleistungen								
<b>Verwendbarkeit im Studium</b>	obligatorisch für den Studiengang								