

Vak: Innovatie

credits: 2

Vakcode	CEVB20INV
Naam	Innovatie
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	A.M. Nauta

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Groepsopdracht - Overige toetsing Individuele bijdrage opdracht - 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.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Nieuwsgierigheid

Leeruitkomsten:

De student kan:

- een innovatiemethodiek (Design Thinking) toepassen op een echt en gegeven vraagstuk van een opdrachtgever;
- beschrijven, onderbouwen en evalueren hoe de vijf stappen van Design Thinking zijn doorgelopen om een innovatie uit te werken dat de ervaring van de gebruiker als uitgangspunt neemt;
- een innovatieconcept (prototype) mondeling pitchen in de Nederlandse taal.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Dit studieonderdeel heeft als centraal thema de relatie tussen de marketingfunctie en de innovatiefunctie in een organisatie. Onderzoek van Leeftang en Verhoef (bron: Tijdschrift voor Marketing, oktober 2007: 'Marketing heeft twee P's verloren.') laat zien dat, samen met accountability (zie blok 12), innovatie een belangrijke determinant is voor de positie van marketing in een organisatie. Conclusie van beide onderzoekers is dat daarop te laag wordt gescoord. Anders geformuleerd: marketing moet volgens het onderzoek meer bijdragen aan het innovatieproces in de organisatie.

Belangrijk hierbij is dat er unieke waarde gecreëerd wordt. En die waarde zit niet zozeer in de technologie, in het product of de dienst, maar vooral in de ervaring van de klant/gebruiker. Design Thinking is een bekende manier van werken om innovatie op een creatieve wijze vorm te geven en de ervaring van de klant/gebruiker centraal te stellen. Deze cyclische methode bestaat uit meerdere essentiële vaardigheden (in een combinatie van empathie, creativiteit en rationaliteit) om in de behoeftes van gebruikers te voorzien en nieuwe waarden te creëren.

Een belangrijk kenmerk van Design Thinking is actie: vandaag beginnen, prototypes bouwen en direct testen. De methode stelt innovators, startende ondernemers en ondernemende professionals in staat om snel en praktisch producten en diensten te vernieuwen en uit te proberen.

In dit onderdeel gebruiken we de wekelijkse lessen om de studenten kennis te laten maken met de methode Design Thinking, voor het uitvoeren van een opdracht.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM

School(s)

School voor Marketing Management en Financieel Economisch Management