

Vakcode	CELB26GIM
Naam	Groepsopdracht Innovatiemanagement
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	10
Taal	Nederlands
Coördinator	S.M. Feenstra

Werkvormen	Individueel
Toetsen	Groepsopdracht Innovatiemanagement - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- **KOERS BEPALEN;** De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.
- **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 potentiële 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.

21st-century skills:

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

Leeruitkomsten:

- De student past de Design Thinking-methodiek systematisch toe op een strategisch innovatievraagstuk van een opdrachtgever.
- De student kan relevante klantinzichten verzamelen, onderzoeken en analyseren en deze op een overzichtelijk en aantrekkelijk wijze presenteren in een empathymap, persona en customer journey map.
- De student analyseert de interne en externe omgeving van het strategisch innovatievraagstuk en vertaalt dit naar een duidelijke scope, ontwerpcriteria en succesindicatoren.
- De student kan innovatieve ideeën bedenken vanuit de inzichten uit het onderzoek en de aandachtspunten in de klantreis en deze uitwerken naar strategische, haalbare en innovatieve concepten.
- De student kan individueel een gekozen strategisch concept uitwerken naar een visueel aantrekkelijk, concreet en toetsbaar

Inhoud

Inhoud:

Tijdens dit vak werken de studenten in een projectteam aan een strategisch innovatie opdracht voor een echte opdrachtgever. Deze opdrachtgever heeft een strategisch probleem en door middel van de methodiek design thinking gaan de studenten hier een strategische oplossing voor uitwerken. De projectaanpak Design Thinking is een methode om op een creatieve manier Innovatie te bewerkstelligen waarin klantonderzoek, scoping, prototypes ontwikkelen en testen centraal staat. De studenten doen uitgebreid klantonderzoek om klantinzichten op te doen. Deze inzichten verwerken ze in een empathymap, persona en customer journey map. Daarnaast wordt de interne en externe omgeving van de opdrachtgever in kaart gebracht om de scope van het onderzoek goed helder te stellen. Vanuit de scoping canvas gaan de studenten brainstormen om innovatieve oplossingen te bedenken voor het probleem, deze uit te werken naar visuele prototypes en deze te testen onder de doelgroep. Elke student in de groep werkt individueel een prototype uit en test deze, om vanuit de verzamelde inzichten een goed onderbouwde innovatieve strategisch oplossing te kunnen presenteren. Deze oplossing werken de studenten uit in een Value Proposition Canvas, een Business Model Canvas en een implementatieplan. Alle onderdelen van het Business Model zijn voldoende uitgewerkt en onderzocht om een goed onderbouwt voorstel te presenteren inclusief een gedegen kosten en baten analyse voor de komende drie jaar. De strategische oplossing pitchten de studenten aan de opdrachtgever.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

prototype.

- De student kan het prototype testen onder de doelgroep, hier concrete inzichten uithalen, deze evalueren en de feedback punten verwerken tot een verbeterd prototype. .
- De student kan op basis van de verschillende prototypes en tests een definitief samenhangende en innovatieve en haalbare marketingstrategie uitwerken naar een visueel en getest eindprototype die waarde creëert voor doelgroep en organisatie en de keuze hiervoor onderbouwen.
- De student werkt de marketingstrategie uit in een Value Proposition Canvas en een haalbaar Business Model Canvas en implementatieplan, inclusief een financiële onderbouwing van de kosten en baten voor de komende 3 jaar.
- De student presenteert en onderbouwd de innovatieve marketingstrategie overtuigend aan de opdrachtgever.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Duaal

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

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.