Vak: Innovatiemanagement — credits: 5

Vakcode	ORVB26IMG
Naam	Innovatiemanagement
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	C.V.A. Sars

Werkvormen	Practicum / Training Werkcollege
Toetsen	Innovatiemanagement digitale innovatie & groepsrapport - Overige toetsing Innovatiemanagement Individuele Grasple toets - Computer, organisatie ToetsCentrum

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

De leeruitkomsten voor dit studieonderdeel zijn afgeleid van de opleidingscompetenties, te weten waardecreatie en innoveren en de onderstaande leerdoelen zijn daarvan afgeleid (competentie innoveren leerdoel 1, 2, 3; competentie waardecreatie leerdoel 2, competentie onderzoeken en analyseren leerdoel 4)

De student:

1. Past de vier stappen van het Design Thinking-proces toe binnen een praktijkgericht innovatievraagstuk voor een zelfgekozen doelgroep en context, onderbouwd met relevante Design Thinking-theorieën en praktijkgericht onderzoek, waarbij de keuze voor methoden en de kwaliteit van het onderzoek beargumenteerd worden.
2. Ontwikkelt een digitale innovatie die aantoonbaar inspeelt op een onderbouwde behoefte van een specifieke doelgroep binnen een afgebakende context, waarbij de gemaakte ontwerpkeuzes worden verantwoord op basis van onderzoek en ontwerpprincipes.
3. Ontwikkelt op basis van kwantitatief onderzoek en de stappen van het Design Thinking-proces een prototype van een digitale innovatie, en reflecteert systematisch op het doorlopen proces aan de hand van een passend reflectiemodel, waarbij wordt ingegaan op gemaakte keuzes, resultaten en verbeterpunten.
4. Ontwerpt ten behoeve van A/B-testen een valide en betrouwbare vragenlijst, analyseert en interpreteert de verkregen data met behulp van relevante software, en verantwoordt de gekozen analysemethoden en kwaliteitscontroles (validiteit en betrouwbaarheid).

Inhoud

Inhoud:

In dit studieonderdeel staat **innovatie** centraal, met specifieke aandacht voor het ontwikkelen van **digitale innovaties** binnen een concrete organisatiecontext. Studenten verdiepen zich in het innovatieproces en passen daarbij kennis en vaardigheden toe om te komen tot een onderbouwde en haalbare innovatieoplossing voor een bestaande organisatie. Zij werken als **venture team** aan een innovatievraagstuk voor een zelfgekozen opdrachtgever uit de retailsector en realiseren een digitale innovatie met een bijbehorend **implementatieplan**, onderbouwd met onderzoek.

Centraal in dit studieonderdeel staat de methode van **Design Thinking** als denk- en werkproces. Dit proces bestaat uit vier fasen: *ontdekken*, *definiëren*, *ontwikkelen* en *implementeren*. In de eerste twee fasen analyseren studenten de organisatie, de doelgroep en het onderliggende probleem. Deze fase wordt afgesloten met het opstellen van een **designbrief**, waarin het innovatievraagstuk helder wordt afgebakend.

In de daaropvolgende fasen ontwikkelen studenten meerdere prototypen van een digitale innovatie. Op basis van **kwantitatief onderzoek**, waaronder een enquête en een **A/B-analyse**, maken zij een onderbouwde keuze tussen deze prototypen en werken de gekozen oplossing uit in een concreet implementatieplan. Ter ondersteuning hiervan verdiepen studenten zich individueel in **statistische analyse** met behulp van het programma **Grasple**, waarin zij oefenen met relevante statistische technieken. Deze statistische kennis wordt individueel getoetst en vormt een essentieel onderdeel van het studieonderdeel.

Gedurende het project leggen studenten hun keuzes, analyses en onderzoeksresultaten vast in een **onderzoeksrapport**, waarin zij aantonen dat zij het Design Thinking-proces systematisch en onderbouwd hebben doorlopen. Daarbij is expliciet aandacht voor **validiteit, betrouwbaarheid en representativiteit** van het onderzoek, en worden kennis en vaardigheden uit aanverwante vakken geïntegreerd toegepast om de kans op een succesvolle en relevante innovatie te maximaliseren.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Ondernemerschap & Retail Management

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.