

# Zarządzanie innowacjami

STUDIA PODYPLOMOWE



## Program zajęć

**10**

**166**

**10**

**2**

Liczba miesięcy nauki Liczba godzin zajęć Liczba zjazdów Liczba semestrów

### Co to jest innowacja i co ma dawać organizacji? (16 godz.)

- Ujęcie procesowe – dlaczego tak ważne są innowacje
- Ujęcie technologiczne – jak pracować nad innowacjami, skąd czerpać pomysły
- Ujęcie marketingowe – jak weryfikować gotowość rynku i klienta
- Ujęcie zarządcze – kiedy właściciel firmy jest zadowolony z innowacji
- Cele innowacji: finansowy, wizerunkowy, budowanie marki, procesy akwizycyjne (M&A)

### Analizy strategiczne - na jakim gruncie tworzyć innowacje? (24 godz.)

- Analiza potrzeb rynkowych, koncepcje problem–rozwiązanie
- Analiza SWOT
- Analiza PEST
- Model 5 sił Portera
- Macierz BCG

### Klientocentryzm w zarządzaniu innowacjami (16 godz.)

- Psychologia współczesnego klienta XXI w.
- Pułapki klientocentryczne
- Value Proposition Canvas
- USP – MVP – UVP
- Krzywa adaptacji innowacji przez odbiorców

### Badania marketingowe - praktyczne spojrzenie (16 godz.)

- Insighty konsumenckie
- Badania jakościowe – wywiady, focusy
- Badania ilościowe – ankiety, CAWI, CATI
- Narzędzia współczesnego badacza – aplikacje, narzędzia AI



## **Nowoczesne metody wypracowywania innowacji (16 godz.)**

- Burza mózgów
- Design thinking
- Service design
- AI i jej adaptacja w proces innowacji
- Lean, Scrum - inne narzędzia

## **Kultura innowacji w organizacji (16 godz.)**

- Innowacyjna kultura organizacyjna, kreatywność i współpraca
- Skrzynki pomysłów i inne narzędzia
- Synergia międzydziałowa
- Revenue team
- Badanie kultury innowacyjności - modele DOCS, MOCM, CVM

## **Marketing i zarządzanie (16 godz.)**

- Strategia marketingowa
- Model 5xW, przewagi konkurencyjne
- Komunikacja innowacji, storytelling
- Persony
- RTB - reasons to believe
- Marka - love brands
- Przegląd narzędzi promocyjnych
- Wskaźniki marketingowe

## **Komercjalizacja innowacji (16 godz.)**

- Sky-lab, prototypowanie, walidowanie
- Portfel projektów innowacyjnych
- Modele sprzedażowe, pricing
- Echo innowacyjne
- Zarządzanie ryzykiem
- Cykl PDCA



## **Finansowanie innowacji (16 godz.)**

- Monitorowanie i ocena wyników
- Pozyskiwanie dofinansowania
- Współprace B+R
- Pozyskiwanie inwestorów
- Budżet plan innowacji

## **Seminarium**

6 godzin

## **Case study**

4 godziny

## **Projekt(4 godz.)**

Przygotowanie i obrona projektu innowacji przed wirtualnym inwestorem (projekt powinien zawierać elementy poznane podczas studiów, m.in.: strategię marketingową, budżet, skład zespołu innowacyjnego itp.