Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of
Management and Law

Gültig für 2024.FS

Modulbezeichnung: Customer Centric Innovation	
Modulkürzel	w.MA.XX.CCI.20HS
Beschreibung des Moduls	Customer Centric Innovation mittels Design Thinking ist ein iterativer Problemlösungsprozess, bei dem der Kunde und seine Bedürfnisse konsequent in den Mittelpunkt gestellt werden. Rund um die Themenbereiche Digitalisierung, Agilität und Innovation wird Design Thinking im Unternehmensalltag als Vorgehensweise und Denkhaltung immer wichtiger. In diesem Modul lernen die Studierenden in kurzer Zeit die wichtigsten Methoden kennen, um erfolgreich Design Thinking-Projekte zu realisieren. Bis zum 11. Februar 2024 werden Sie über kurze Online-Videos und Leseaufträge in das Thema Design Thinking eingeführt (verpflichtend). In der Woche vor Semesterstart 12. bis 16. Februar 2024 (!) erfolgt zusammen mit den Studierenden aus der Vertiefung Marketing ein Design Thinking Bootcamp. BITTE BEACHTEN SIE: Ihre Teilnahme ist ganztägig von Montag bis und mit Freitag gefordert. In Teams von 4 bis 6 Studierenden lösen Sie eine Design-Challenge (Problemstellung) für einen (reellen) Wirtschaftspartner.Ihre Leistung erfolgt zu einem grossen Teil während des Bootcamps. Nach Semesterstart verfeinern Sie Ihren finalen Prototypen bzw. Ihre Lösung. Die finale Präsentation vor dem Auftraggeber erfolgt nach individueller Vereinbarung mit dem Wirtschaftspartner bis ca. SW 4-7.Auftraggeber der Projektarbeiten sind mittelgrosse bis grosse Unternehmen und Organisationen. In der Vergangenheit wurden etwa Projekte für die Migros, Swisscom, SWISS, Helion, AXA, Postfinance, TWINT etc. realisiert.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Vertiefung in Innovation and Entrepreneurship
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Innovation and Entrepreneurship) erstmals beschlossen am 01.09.2019
Modulkategorie	**Modultyp:** Wahlpflichtmodul
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Innovation&Entrepreneurship
Modulverantwortung	Sandro Graf (graa)
Modulverantwortung Stellvertretung	Nina Weschenfelder (wesc)
Spezifische Vorkenntnisse	Kenntnisse qualitativer Forschungsmethoden MSc-Module gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § verstehen die ausgewählten Forschungsmethoden § eignen sich spezifisches Fachwissen an § denken vernetzt und interdisziplinär § hinterfragen gewonnene Erkenntnisse (kritisches Denken) § stellen den Praxisbezug her (Unternehmens- und Umfeld-kontext)

	§ erarbeiten eigenständig Problemlösungsvorschläge § evaluieren aus einer Auswahl von verschiedenen Methoden die richtige Anwendung § dokumentieren und präsentieren eigenständig Erarbeitetes vor einem Praxispartner
Inhalte des Moduls	§ Projektmanagement § Verschiedene Methoden der qualitativen Datenerhebung (Beobachtung, Interviews) § Auswerten und verdichten von Informationen § Kreativitätstechniken und Ideation § Prototyping § Einfache Testverfahren § Präsentations- und Kommunikationstechniken
Verknüpfung zu anderen Modulen	-
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Problemorientierter Unterricht § Projektarbeit **Eingesetzte Sozialformen:** Gruppenarbeit
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Fallstudien (inkl. Lösungen)

Unterrichtsgliederung	**Kontaktstudium**	**Begleitetes Selbststudium**	**Autonomes Selbststudium**
Vorlesung	-	-	
Übung	-	-	
Projektarbeit	-	-	
Seminar	28 h	26 h	
Total	**28 h**	**26 h**	**36 h**

Leistungsnachweise

Modulendprüfung	**Form**	**Dauer (Min.)**	**Gewichtung**
-	-	-	-
Hilfsmittel	-		

Andere	**Bewertung**	**Dauer (Min.)**	**Gewichtung**
Referat/mündliche Präsentation	Note	10	20,00 %
Referat/mündliche Präsentation	Note	30	35,00 %
Schriftliche Arbeit	Note	-	45,00 %

Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: 80% Ja
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Pflichtliteratur	Lewrick, M. & Leifer, L. (2018). Das Design Thinking Playbook. 2. Auflage. München: Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5385-0. Das Buch ist digital über die Hochschulbibliothek verfügbar.
Ergänzende Literatur	Gemäss Angabe Dozent
Bemerkungen	Die Studierenden erhalten bei erfolgreichem Projektabschluss ein Referenzschreiben des Dozenten. Für die Leistungsnachweise in Gruppenarbeit wird eine Peer-Evaluierung am Ende des Semesters durchgeführt, in der die Gruppenmitglieder die individuelle Arbeitsleistung der jeweils anderen Gruppenmitglieder beurteilen. Das Ergebnis dieser Peer Evaluierung kann Einfluss auf die Benotung der des Leistungsnachweises haben. Der abschliessende Entscheid hierüber liegt bei den Dozierenden.