

Modulbezeichnung: Design 2: Innovation und Entrepreneurship		
Modulkürzel	I.BA.KM.DES2.24HS	
ECTS Credits	4	
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch	
Modulkategorie	Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt
Modulverantwortung	Birgitta Borghoff	
Beschreibung des Moduls	In allen Einheiten werden die folgenden Lerninhalte thematisiert: A. Innovation und Entrepreneurship als Designaufgabe • Anschluss an Design 1: Design Thinking und Design Challenges, iterative Projektarbeit, Kreative Agilität und Prozessdokumentationen. • Rollenprofile von Innovationsdesigner:innen bzw. -manager:innen, Entre- und Intrapreneur:innen in unterschiedlichen beruflichen Kontexten (organisationsspezifisch, funktional, inhaltlich). • Innovation als sprachlich-kommunikativer Designprozess, der Bedürfnisse, Spannungsfelder und Zukunftspotenziale in diskursanschlussfähige und wertschöpfende Lösungen, Angebote, Dienstleistungen, Projekte bzw. neue Organisationen übersetzt. • Entrepreneurship als Erkennen, Bewerten und Nutzen unternehmerischer Gelegenheiten. B. Analyse von Innovationspotenzialen und Opportunity Design • Recherche und Analyse gesellschaftlicher, organisationaler oder unternehmerischer Herausforderungen als Ausgangspunkt für Innovation; basierend darauf Entwurf geeigneter Rollenprofile zur Bearbeitung der Innovation Design Challenge im Projektteam. • Identifikation organisations- und diskursrelevanter Stakeholder, Audiences, Bedürfnisse, Werte, Konflikte, Wünsche und Möglichkeitsräume. • Übersetzung von Analyseergebnissen in Designfragen und in eine Innovation Design Challenge verbunden mit der ganzheitlichen Reflexion gesellschaftlicher Relevanz, Nachhaltigkeit, Well-Being, sozialer Wirkung und unternehmerischen Potenzials (Reflective Practice). • Einsatz ausgewählter Methoden wie qualitative Interviews, Diskurs- und Storyanalysen, KI-gestützte Explorationen sowie Analyse- und Designtools wie MAXQDA, MaxMaps, Miroboard, Canva o.ä.. C. Prototyping, Entrepreneurial Storytelling und Pitching • Entwicklung und Testing prototypischer Innovationslösungen, z. B. für Kommunikations-, Service-, Produkt-, Projekt-, Event- oder Social-Business-Ideen bzw. -Initiativen sowie Verdichtung von Ideen in Value Proposition, Story und Pitch-Deck. • Entrepreneurial Storytelling als sprachlich-kommunikative Designpraxis zur Positionierung und Legitimation innovativer Ideen. • Vorbereitung und Präsentation eines Innovations-Pitches. • Mehrperspektivische Reflexion von Prototypen (was), Innovationsdesign-Prozess samt angewendeten Praktiken/Methoden, und Tools (wie), Designentscheidungen (warum) und der Arbeit im Designteam aus den verschiedenen Teamrollen und -Perspektiven heraus (wer).	

Modulbezeichnung: Design 2: Innovation und Entrepreneurship

Lernziele des Moduls	Haltung - Die Studierenden entwickeln eine offene, verantwortungsbewusste und experimentierfreudige Haltung gegenüber Innovation und Entrepreneurship. Sie verstehen Unsicherheit, Mehrdeutigkeit, unvollständiges oder Nicht-Wissen als Ausgangspunkt für kreativ-agil-innovative und unternehmerische Designprozesse. Dabei erweitern die Studierenden ihre Perspektive um ein Innovation bzw. Entrepreneurial Designers Mindset. Wissen - Die Studierenden lernen grundlegende Konzepte, Prinzipien, Praktiken und Tools von Innovationsdesign und Kreativer Agilität, Entrepreneurship, und Entrepreneurial Storytelling kennen. Sie verstehen, wie aus gesellschaftlichen, organisationalen oder unternehmerischen Herausforderungen diskursanschlussfähige Innovationspotenziale, Design Challenges und prototypische Lösungen entstehen können. Können - Die Studierenden wenden ausgewählte Analyse-, Design- und Storytelling-Methoden in Projektteams auf eine konkrete Innovation Design Challenge an. Sie entwickeln, dokumentieren und reflektieren einen iterativen Innovationsdesign-Prozess und präsentieren ihre Ergebnisse in einer Pitch-Präsentation.					
Bestehensbedingungen	bestandenes Prädikat					
Leistungsbeurteilung		Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	Sozialform	Szenario/Format
	Schriftliche Arbeit, Übungen oder Berichte	Prädikat		100%	Einzelarbeit	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine Der Leistungsnachweis umfasst a) die Prozessdokumentationen und Reflexionen auf dem Miroboard, b) die Entwicklung von prototypischen Innovationsdesign-Lösungen im Projektteam sowie c) eine Pitch-Präsentation (20 min) mit anschließender Reflection on Action-Session (10 min) in der letzten Semesterwoche.					
Unterrichtsmethoden	- Lernvideo, Fach- und Methodeninputs, kurze Übungen, Arbeitsaufträge und Teamwork. - Selbstständiges Arbeiten an Design Challenges in Teams à 4-5 Personen (Selbststudium) sowie begleitete Coaching-Sessions mit Innovations-Coaches (Coaching-Sessions online; Teamwork in Gruppenräumen vor Ort möglich). - Pitch-Präsentationen inkl. Reflective Practice (Reflection on Action).			Eingesetzte Sozialformen:		
Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium		
	Unterricht	120 h	-			
	Total	120 h	0 h	0 h		
Bemerkungen	Dieses Modul knüpft inhaltlich und methodisch an das Modul Design 1: Design Methods an und überführt die dort erarbeiteten Designmethoden in den Kontext von Innovation und Entrepreneurship.					