

19. Was ist der Unterschied zwischen einer Produkt- und einer Prozessinnovation?
20. Was ist ein Beispiel für eine Produktinnovation?
21. Was ist ein Beispiel für eine Prozessinnovation?
22. Wovon spricht man im Innovationsbereich, wenn man von „Science Push“ oder „Demand Pull“ spricht?
23. Die Weiterentwicklung einer Technology verläuft meist in einer S-Kurve. Wie kann man diese beschreiben?
24. Warum sind Firmen oft zurückhaltend bei der Einführung neuer Technologien?
25. Wie unterscheidet sich eine radikale Innovation von einer inkrementellen Innovation?
26. Was sind Beispiele für eine radikale Innovation und was sind Beispiele für eine inkrementelle Innovation?
27. Wie unterscheidet sich eine Kompetenz-verbessernde Innovation von einer Kompetenz-zerstörenden Innovation?
28. Was bedeutet es, wenn man von einer architektonischen Innovation spricht?
29. Was ist der Gartner Hype Cycle und wozu wird er genutzt?
30. Aus welchen Phasen besteht der Innovationsprozess?
31. Welche generischen produkt- und marktorientierten Wettbewerbsstrategien gibt es im Innovationsbereich?
32. Welche Opportunität und risikoorientierten Wettbewerbsstrategien gibt es im Innovationsbereich?
33. In welchen Wechselbeziehungen stehen die generischen Innovationsstrategien?
34. In welcher Entwicklungsphase dominieren Produktinnovationen und wann dominieren Prozessinnovationen?

35. Welche Fragen sollte man sich bei der Entwicklung einer Innovationsstrategie stellen?
36. Was sind die Vorteile eines Firstmovers?
37. Was sind die Nachteile eines Firstmovers?
38. Beziehend auf die Netzwerkstrategien für Innovation, was sind Herausforderungen beim Wettbewerb und bei der Kooperation im Verlauf des Life-Cycles?
39. Aus welchen Phasen besteht der Technology Life Cycle?
40. Was ist eine Business Model Innovation?
41. Was sind wichtige Ansatzpunkte für ein innovatives Business Model?
42. Zwischen welchen Managementstilen unterscheidet man bei einem neuen Business Model?
43. Welcher Managementstil ist wann im Business Model Lebenszyklus am besten geeignet?
44. Was sind die Kerninhalte und Kernfragen der jeweils unterschiedlichen Managementstile (Entrepreneurial Mode, Adaptive Mode und Planning Mode)?
45. Was sind Innovationsbarrieren im Unternehmen?
46. Was sind Innovationstreiber im Unternehmen?
47. Warum hat Nespresso ein so stimmiges und erfolgreiches Geschäftsmodell?
48. Was sind wichtige Aspekte, um eine Innovationskultur im Unternehmen zu etablieren?
49. Warum sollten Innovationsprojektteams nicht zu groß sein und möglichst Personen aus unterschiedlichen Bereichen der Firma inkludieren?
50. Welche Art von Innovationstypen gibt es bei den Unternehmen?
51. Wie kann die Wissensbasis eines (Innovations)-Projektteams erhöht werden?
52. Welche Art von Teamstrukturen gibt es?

53. Wie unterscheidet sich ein Functional Team von einem Autonomous Team?
54. Welche Funktionen sollte ein Innovationsteam beinhalten?
55. Welche Fragen sollte man sich stellen, wenn man die Innovationskultur (s)eines Unternehmens evaluieren möchte?
56. Was sind Voraussetzungen für eine erfolgreiche Innovationsführerschaft?
57. Was sind Voraussetzungen für eine erfolgreiche Innovationsfolgerschaft?
58. Was für Innovationsarten gibt es?
59. Im Verlauf des Technology Life Cycles gibt es fünf Anwendertypen, wie nennt man diese?
60. Innovatoren gehören zu den ersten Anwendern einer neuen Technology. Welche Charakteristika zeichnen sie aus?
61. Wie unterscheiden sich frühe Abnehmer*innen von späten Abnehmer*innen im Technology Life Cycle?
62. Wie kann man die Kernthese „Technologien entwickeln sich schneller als die Nachfrage!“ erklären?
63. Was sind Eigenschaften von disruptiven Technologien?
64. Was sind Beispiele für disruptive Innovationen bzw. Technologien?
65. Welche Arten der Innovation gibt es neben der technologischen Innovation?
66. Welche Möglichkeiten für Markteinsteiger ergeben sich durch disruptive Innovationen?
67. Wie kann man Wissen über Nutzer*innenbedürfnisse erlangen?
68. Welche Informationen beziehend auf das Produkt/Service und den*die Kunden*in sollte man während eines Interviews oder einer Fokusgruppe abfragen?
69. Wie unterscheiden sich Fokusgruppen von Interviews?
70. Aus welchen Schritten besteht der Innovationsprozess?
71. Was ist der Stage Gate Prozess?

72. Welche Funktion haben die Gates beim Stage Gate Prozess?
73. Was passiert jeweils bei den sechs verschiedenen Stufen des Stage Gate Prozess?
74. Welche vier Optionen gibt es für ein Produkt, wenn es am Gate evaluiert wird?
75. Wer sind Gatekeepers im Stage Gate Prozess und welche Charakteristika sollten sie haben?
76. Worin bestehen die Stärken und Chancen eines strukturierten Innovationsprozess wie dem Stage Gate Model?
77. Welche Begriffe werden mit der neuen Innovationsforschung assoziiert?
78. Wie unterscheidet sich der Open Innovation Prozess vom traditionellen Innovationsprozess?
79. Welchen Rollen kann der*die Kunde*in innerhalb des Innovationsprozesses einnehmen?
80. Welche Arten von Co-Creation Tools und Methoden gibt es?
81. Was versteht man unter Netnography?
82. Aus welchen Phasen besteht der Netnography Prozess?
83. Was versteht man unter der Interpretation von Kund*innenbedürfnissen?
84. Womit beschäftigt sich das KANO-Modell?
85. Was versteht man unter Grundanforderungen beim KANO-Modell?
86. Was versteht man unter Qualitäts- und Leistungsanforderungen beim KANO-Modell?
87. Was versteht man unter Begeisterungsanforderungen beim KANO Modell?
88. Wie können sich die Anforderungen beim KANO Modell im Laufe der Zeit verändern?
89. Welche weiteren Merkmale werden mit dem KANO-Modell in Zusammenhang gebracht und was beschreiben sie?

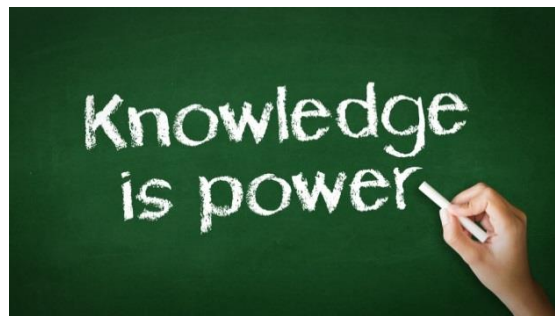
90. Wie unterscheidet sich ein Lead User von einem normalen User?
91. Was sind Beispiele von innovativen Lösungen von Lead Usern?
92. An welcher Stelle steht der Lead User im Produktzyklus?
93. Aus welchen Schritten besteht ein Lead User Projekt?
94. Wie findet/identifiziert man einen Lead User?
95. Welchen Prinzipien unterliegt das Crowdsourcing?
96. Was bedeutet Schwarmintelligenz?
97. Welche Kriterien müssen zutreffen, damit eine Gruppe Schwarmintelligenz entwickelt?
98. Welche Ziele können mit einem Crowdsourcing Wettbewerb erreicht werden?
99. Welche Faktoren sollten unbedingt beachtet werden, wenn eine Community zur Innovation genutzt wird?
100. Wie unterscheidet sich ein traditioneller Ansatz zur Produktentwicklung im Vergleich zur Produktentwicklung mit Kund*innenintegration?

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

Fragen vor Kursbeginn: studienberatung@amc.or.at
Fragen während des Kurses: studienabteilung@amc.or.at

Infos zur Bildungskarenz:
<http://www.mba-studium.at/bildungskarenz>

Wir wünschen viel Erfolg im Studium!



Auf zum nächsten Karrieresprung!

Version: 6

