



Begriffsglossar

TRAININGSMODULE

<https://increase.erasmus.site/platform/>





MODUL 1

Innovation in der gesamten Organisation

Paradigma – Ein Paradigma ist eine Standardperspektive oder eine Reihe von Ideen. Eine Reihe von Grundannahmen, die allgemein von Mitgliedern einer Gemeinschaft akzeptiert werden.

Front-End Innovation – Ein Ausgangspunkt für jede Innovation, die die Anfangsphasen des Innovationsprozesses abdeckt und sich auf Möglichkeiten, Ideen, Design und die Sicherstellung der Machbarkeit einer Lösung vor dem formellen Entwicklungsprozess konzentriert. Es wird auch als Entdeckungsprozess bezeichnet.

Back-End Exploitation – Implementierungsphase des Innovationsprozesses, die die Lösungsentwicklung, Kommerzialisierung und weitere Verbesserungen umfasst.



MODUL 2

Woher innovative Ideen kommen

Kollaborative Innovation – sucht nach neuen Perspektiven durch die Zusammenarbeit mit anderen Personen, um ein Thema auf einer anderen Ebene besser zu verstehen. Mit anderen Worten, die Beteiligung wird ermutigt, um innovative Ideen zu entwickeln.

Analoges Denken – ein Ansatz, der den Vergleich zweier Objekte einführt, um Merkmale von einem Objekt auf ein anderes zu projizieren, damit bestimmte Merkmale in einem neuen Kontext angewendet werden können.

Geografische Arbitrage – ein Ansatz, der den Vergleich einer Idee aus verschiedenen geografischen Perspektiven einführt, um zu erschließen, welche Elemente oder Lösungen kulturübergreifend und nicht nur im lokalen Kontext geteilt werden können.

Agile-Methode – bedeutet die Abkehr von starren Trennungen in der Arbeitsorganisation und die Einführung von mehr Freiheit und Flexibilität bei der Festlegung von Prioritäten, einer kürzeren Time-to-Market sowie einer schnelleren Reaktion auf sich ändernde Kunden- und Marktanforderungen.



MODUL 3

Was habe ich vom Innovation Mindset?

Mindset (dt. Denkweise) – definiert als „mentale Einstellung oder Neigung“ oder „ein fixierter Geisteszustand“

Kübler-Ross Modell – auch bekannt als die fünf Phasen der Trauer. Das Modell postuliert, dass diejenigen, die Trauer erleben, eine Reihe von fünf Emotionen durchlaufen: Verleugnung, Wut, Verhandeln, Depression und Akzeptanz.

Innovation-als-Kunst - Das Konzept betont, dass der Ausgangspunkt für Innovation Kreativität ist und nicht die Implementierung von Managementprozessen und Organisationsstrukturen für Innovation. Das verlangt von Organisationen, dass sie Kreativität ermöglichen, um Innovation zu schaffen.

Analytische Fähigkeiten - Analytische Fähigkeiten sind die Fähigkeit, Informationen in kleinere Kategorien zu zerlegen, um Schlussfolgerungen zu ziehen. Analytische Fähigkeiten bestehen aus Kategorien, die logisches Denken, kritisches Denken, Kommunikation, Recherche, Datenanalyse und Kreativität umfassen.

Assoziatives Denken - schnelles, unbewusstes Denken, das ein Konzept mit einem anderen verbindet. Die Ideen können Erinnerungen, Emotionen und körperliche Empfindungen beinhalten.

Go-to-market Roadmap - Go-to-Market ist der Plan einer Organisation, ihre externen Ressourcen zu nutzen, um ihren Kunden ihr einzigartiges Wertversprechen zu liefern und Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Eine Go-to-Market-Roadmap erfasst die Details der Arbeit und definiert Fristen, um die Umsetzung Ihrer Strategie voranzutreiben.





Funktionsübergreifendes Team - eine Gruppe von Menschen mit unterschiedlichen funktionalen Fachkenntnissen, die auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Es kann Personen aus Finanz-, Marketing-, Betriebs- und Personalabteilungen umfassen.



Increase





MODUL 4

Ideen kommunizieren und für sie lobbyieren

Empathie – die Fähigkeit, die Gefühle oder Erfahrungen eines anderen zu teilen, indem man sich vorstellt, wie es wäre, in der Situation dieser Person zu sein.

Feedback – Ein Begriff, der sich auf den Kommunikationsprozess bezieht, und auf die Antwort oder Reaktion der Person, die die Nachricht erhält (Empfänger), nachdem sie die Nachricht wahrgenommen oder verstanden hat; Es hilft der Person, die die Nachricht sendet (Sender), zu wissen, wie gut ihre Nachricht verstanden wird und wie sie vom Empfänger verwendet wird.

Lobbyieren – bedeutet, zu versuchen, (öffentliche) Beamte oder Entscheidungsträger in Richtung einer gewünschten Aktion in Bezug auf einen Gesetzentwurf oder ein vorgeschlagenes Projekt zu beeinflussen.

Überreden - jemanden dazu bringen, etwas zu tun oder zu glauben, indem man ihm erklärt, warum er das tun oder glauben sollte.

Stereotype - bedeutet, Rassen oder Individuen zusammenzufassen und ein Urteil über sie zu fällen, ohne sie zu kennen; es ist eine feststehende, allzu verallgemeinerte Überzeugung über eine bestimmte Gruppe oder Klasse von Menschen (z. B. Rasse/ethnische Zugehörigkeit, Geschlecht, Alter, sozioökonomischer Status, sexuelle Orientierung); Sie dienen im Allgemeinen als zugrunde liegende Rechtfertigung für Vorurteile, die das begleitende Gefühl (typischerweise negativ) gegenüber Personen aus einer bestimmten sozialen Gruppe sind.



MODUL 5

Innovation von Geschäftsmodellen

Business Model Canvas - Eine schematische Darstellung aller Aktivitäten in einem Unternehmen, die während der Planungsphase berücksichtigt werden müssen.

Wertversprechen - Es ist der USP (Unique Selling Point – dt. Alleinstellungsmerkmal) eines Produkts oder einer Dienstleistung, für die ein Kunde bereit ist zu zahlen. Es erklärt, welchen Wert Sie Ihren Kunden bieten.

Transformatives Geschäftsmodell - Ein Geschäftsmodell, das sich völlig von denen unterscheidet, was andere Unternehmen verwenden. Aber es muss machbar und finanziell rentabel sein und gleichzeitig einen einzigartigen Nutzen für Sie und Ihren Kunden bieten

Wertschöpfungskette - Der Prozess oder die Aktivitäten, durch die ein Unternehmen einem Artikel einen Mehrwert verleiht, einschließlich Produktion, Marketing und Bereitstellung von Kundendienst.



MODUL 6

Digitale Transformation

Data Ubiquity (dt. Allgegenwertigkeit von Daten) – Der Begriff bezieht sich auf die Omnipräsenz von Daten, die überall vorhandene Eigenschaft von Daten.

Internet der Dinge (en. Internet of Things - IoT) - Das Internet der Dinge (IoT) beschreibt physische Objekte (oder Gruppen solcher Objekte), die mit Sensoren, Verarbeitungsfähigkeiten, Software und anderen Technologien eingebettet sind und die sich mit anderen Geräten und Systemen über das Internet oder andere Kommunikationsmittel verbinden und Daten mit ihnen austauschen Netzwerke.

DSGVO - Die Datenschutz-Grundverordnung (EU) 2016/679 (DSGVO) ist eine Verordnung im EU-Recht zum Datenschutz und zur Privatsphäre in der Europäischen Union (EU) und im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR). Das Hauptziel der DSGVO besteht darin, die Kontrolle und Rechte von Einzelpersonen über ihre personenbezogenen Daten zu verbessern und das regulatorische Umfeld für internationale Geschäfte zu vereinfachen.

Beacons – Ein absichtlich auffälliges Gerät, das die Aufmerksamkeit auf einen bestimmten Ort lenken soll.

RFID - Die Radiofrequenz-Identifikation (RFID) verwendet elektromagnetische Felder, um an Objekten angebrachte Tags automatisch zu identifizieren und zu verfolgen. Ein RFID-System besteht aus einem winzigen Funktransponder, einem Funkempfänger und -sender. Wenn es durch einen elektromagnetischen Abfrageimpuls von einem nahegelegenen RFID-Lesegerät ausgelöst wird, überträgt das Etikett digitale Daten, normalerweise eine identifizierende Inventarnummer, zurück an das Lesegerät.

Augmented Reality (AR) – Eine interaktive Erfahrung einer realen Umgebung, in der die Objekte, die sich in der realen Welt befinden, durch computergenerierte Wahrnehmungsinformationen verbessert werden, manchmal über mehrere sensorische Modalitäten hinweg, einschließlich visuell, auditiv, haptisch, somatosensorisch und olfaktorisch.



Präzisionslandwirtschaft - Präzisionslandwirtschaft (en. „Precision agriculture“ - PA), Satellitenlandwirtschaft oder ortsspezifisches Pflanzenmanagement (en. „site-specific crop management“ - SSCM) ist ein landwirtschaftliches Managementkonzept, das auf der Beobachtung, Messung und Reaktion auf die Variabilität von Feldfrüchten zwischen und innerhalb von Feldern basiert.



Increase





MODUL 7

Co-Innovation

Co-Innovation - Es handelt sich um einen kollaborativen Innovationsprozess, bei dem die Innovation aus verschiedenen Quellen entsteht, da in den Prozess verschiedene Partner wie Lieferanten, Mitarbeiter, Kunden, Universitäten oder andere Unternehmen einbezogen werden.“

Joint Venture - Ein Joint Venture ist ein zeitlich befristeter Zusammenschluss verschiedener Unternehmen zur Erfüllung eines gemeinsamen Projekts. Während der Zusammenarbeit werden die Aufgaben bis zum Ende des gemeinsamen Projekts innerhalb der Partner aufgeteilt.

Crowdsourcing - Hauptsächlich die Praxis, Informationen für ein bestimmtes Projekt zu erhalten, indem die Dienste vieler Menschen in Anspruch genommen werden, entweder bezahlt oder unbezahlt, normalerweise über das Internet.

