

# MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



134. SONDERNUMMER

---

Studienjahr 2018/19

Ausgegeben am 04. 09. 2019

45.a Stück

---

## Lehrplan des berufsbegleitenden Universitätskurses Digital Innovation Modelling an der Karl-Franzens-Universität Graz

**Impressum:** Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.  
Anschrift der Redaktion: Rechts- und Organisationsabteilung, Universitätsplatz 3, 8010 Graz.  
E-Mail: [mitteilungsblatt@uni-graz.at](mailto:mitteilungsblatt@uni-graz.at)  
Internet: [https://online.uni-graz.at/kfu\\_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1](https://online.uni-graz.at/kfu_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1)

**Offenlegung gem. § 25 MedienG**

Medieninhaber: Karl-Franzens-Universität Graz, Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Unternehmensgegenstand: Erfüllung der Ziele, leitenden Grundsätze und Aufgaben gem. §§ 1, 2 und 3 des Bundesgesetzes über die Organisation der Universitäten und ihre Studien (Universitätsgesetz 2002 - UG), BGBl. I Nr. 120/2002, in der jeweils geltenden Fassung.  
Art und Höhe der Beteiligung: Eigentum 100%.  
Grundlegende Richtung: Kundmachung von Informationen gem. § 20 Abs. 6 UG in der jeweils geltenden Fassung.

# Lehrplan des berufsbegleitenden Universitätskurses „Digital Innovation Modelling“ an der Karl-Franzens-Universität Graz

Gemäß § 3 Zif 5 UG idgF und der Richtlinie des Rektorates über die Einrichtung von Universitätskursen, Mitteilungsblatt Nr. 7b vom 9.1.2007, wird an der Karl-Franzens-Universität Graz der Universitätskurs „Digital Innovation Modelling“ eingerichtet.

## Inhaltsverzeichnis

<b>§ 1 Allgemeines</b> .....	<b>2</b>
(1) Gegenstand des Universitätskurses .....	2
(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen .....	2
(3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt .....	2
(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen .....	2
(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren .....	2
<b>§ 2 Allgemeine Bestimmungen</b> .....	<b>3</b>
(1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten .....	3
(2) Dauer und Gliederung des Universitätskurses .....	3
(3) Zertifikat und Bezeichnung .....	3
(4) Lehrveranstaltungstypen .....	3
<b>§ 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses</b> .....	<b>3</b>
(1) Module und Lehrveranstaltungen .....	3
<b>§ 4 Lehr- und Lernformen</b> .....	<b>4</b>
(1) Unterrichtssprache .....	4
(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen .....	4
(3) Lehr- und Lernmethoden .....	4
<b>§ 5 Prüfungsordnung</b> .....	<b>4</b>
(1) Lehrveranstaltungsprüfungen .....	4
(2) Abschlussprüfung .....	4
(3) Wiederholung von Prüfungen .....	4
<b>§ 6 Kursorganisation</b> .....	<b>4</b>
(1) Kursleitung .....	4
(2) Kurskosten .....	5
<b>§ 7 In-Kraft-Treten</b> .....	<b>5</b>
<b>Anhang I: Modulbeschreibungen</b> .....	<b>6</b>

# **§ 1 Allgemeines**

## **(1) Gegenstand des Universitätskurses**

Ziel dieses Universitätskurses ist es insbesondere,

- den TeilnehmerInnen spezifische, praxisrelevante Kompetenzen in den Bereichen Innovationskultur und Innovationsmanagement, Crowdsourcing, Design Thinking, Kreativitätstechniken sowie Business Modelling auf dem aktuellsten Stand der Wissenschaft zu vermitteln;
- die TeilnehmerInnen in die Lage zu versetzen, Innovationsprojekte von der Idee bis zum Geschäftsmodell erfolgreich umzusetzen.

## **(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen**

Die Absolventinnen und Absolventen sind nach Abschluss des Universitätskurses Digital Innovation Modelling in der Lage,

- Herausforderungen im Innovationsmanagement zu erkennen, kritisch zu reflektieren und theoretisch fundierte Lösungen zu entwickeln;
- Kreativitätsmethoden und -techniken anzuwenden;
- Zielgruppen zu identifizieren und zu definieren;
- Kundenbedürfnisse sowie aktuelle Trends zu erkennen;
- Ideenentwicklungsprozesse zielorientiert zu steuern und aufrechtzuerhalten;
- Innovationspotential zu erkennen und lösungsorientiert zu bearbeiten;
- Konkrete Ideen in einen Prototypen umzuwandeln und dessen Potenzial zu analysieren;
- die Idee in ein funktionierendes Geschäftsmodell umzuwandeln und strategische Maßnahmen zu definieren.

## **(3) Bedarf und Relevanz des Universitätskurses für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt**

Der Universitätskurs Digital Innovation Modelling ist ausdrücklich als angewandter Universitätskurs positioniert. Dieser entspricht dem Bedarf des Arbeitsmarkts an einer zeitgemäßen und ebenso kompakten Weiterbildung für MitarbeiterInnen und Führungskräfte von Klein- und Mittelbetrieben (KMU) und Großunternehmen, die generalisierbare Schlüsselkompetenzen und unternehmensspezifische Erfordernisse gleichermaßen berücksichtigt.

## **(4) Zielgruppen und Zulassungsvoraussetzungen**

1. Der vorliegende Universitätskurs wendet sich an MitarbeiterInnen und Führungskräfte von Unternehmen aus der Privatwirtschaft sowie Organisationen der öffentlichen Verwaltung als auch an Studierende aller Fachrichtungen.
2. Für die Zulassung zum vorliegenden Universitätskurs sind keine spezifischen Voraussetzungen erforderlich.

## **(5) Höchstzahl an Studienplätzen und Auswahlverfahren**

Zum Universitätskurs Digital Innovation Modelling können maximal 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zugelassen werden. Die Zahl der Kursplätze ist somit beschränkt und wird nach pädagogisch-didaktischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten für jede neue Durchführung nach Rücksprache mit der wissenschaftlichen Leiterin/dem wissenschaftlichen Leiter durch die wirtschaftliche Leitung des Universitätskurses festgelegt.

Übersteigt die Anzahl der Bewerberinnen und Bewerber diese Zahl, muss ein Auswahlverfahren durchgeführt werden. Die Aufnahme der Bewerberinnen und Bewerber in den Universitätskurs erfolgt dabei nach der Reihenfolge des Einlangens der Anmeldung.

## § 2 Allgemeine Bestimmungen

### (1) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten

Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Echtstunden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden. Eine Kontaktstunde entspricht 45 Minuten pro Unterrichtswoche des Semesters.

### (2) Dauer und Gliederung des Universitätskurses

Der Universitätskurs Digital Innovation Modelling mit einem Arbeitsaufwand von 8 ECTS-Anrechnungspunkten umfasst ein Semester und ist modular strukturiert. Davon entfallen auf:

Modultitel/Prüfungsfach	ECTS
Modul A: Analyseraum	2
Modul B: Lösungsraum	2
Modul C: Ergebnisraum	2
Abschlussprüfung	2

### (3) Zertifikat und Bezeichnung

Nach erfolgreichem Abschluss des Universitätskurses Digital Innovation Modelling (siehe § 5) erhalten die Absolventinnen und Absolventen ein Zertifikat der Karl-Franzens-Universität Graz.

### (4) Lehrveranstaltungstypen

Im Lehrplan wird folgender Lehrveranstaltungstyp angeboten:

- Kurse (KS) sind Lehrveranstaltungen, in denen die Studierenden die Lehrinhalte gemeinsam mit den Lehrenden erfahrungs- und anwendungsorientiert bearbeiten.

Der genannte Lehrveranstaltungstyp gilt als Lehrveranstaltung mit immanentem Prüfungscharakter.

## § 3 Aufbau und Gliederung des Universitätskurses

### (1) Module und Lehrveranstaltungen

Der einsemestrige Universitätskurs umfasst einen Arbeitsaufwand von insgesamt 8 ECTS-Anrechnungspunkten. Der Lehrplan ist modular strukturiert. Die Prüfungsfächer sind im Folgenden mit Titel, Lehrveranstaltungstyp (LV-Typ), ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS) und Kontaktstunden (KStd.) genannt. Die Modulbeschreibungen befinden sich in Anhang I.

	Modultitel/Prüfungsfach	LV-Typ	ECTS	KStd.
<b>Modul A</b>	<b>Analyseraum</b>		<b>2</b>	<b>2</b>
A.1	Matching & Design Thinking	KS	1	1
A.2	Explorationsmethoden	KS	1	1
<b>Modul B</b>	<b>Lösungsraum</b>		<b>2</b>	<b>2</b>
B.1	Innovationskultur, Kreativitätstechniken & Crowdsourcing	KS	1	1
B.2	Prototyping	KS	1	1
<b>Modul C</b>	<b>Ergebnisraum</b>		<b>2</b>	<b>2</b>
C.1	Business Modelling	KS	1	1
C.2	Feedback-Loop und Cool-Down	KS	1	1
	<b>Abschlussprüfung</b>		<b>2</b>	<b>-</b>
<b>SUMMEN</b>			<b>8</b>	<b>6</b>

## **§ 4 Lehr- und Lernformen**

### **(1) Unterrichtssprache**

Der Universitätskurs wird in deutscher oder englischer Sprache abgehalten.

### **(2) Zeitliche Durchführungsbestimmungen**

Der Universitätskurs ist berufsbegleitend organisiert. Der Unterricht findet in geblockter Form statt.

### **(3) Lehr- und Lernmethoden**

Die vielfältigen Lehr- und Lernmethoden werden in den Lehrveranstaltungen in optimaler Form auf den Inhalt abgestimmt. In den Lehrveranstaltungen wird in unterschiedlichen Settings (selbstgesteuerten Gruppen oder Teams) mit vielfältigen Lehr- und Lernformen gearbeitet. Dabei wird aktive Teamarbeit von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erwartet.

## **§ 5 Prüfungsordnung**

### **(1) Lehrveranstaltungsprüfungen**

Alle Lehrveranstaltungen besitzen immanenten Prüfungscharakter. Sie werden mit „mit Erfolg teilgenommen“ / „ohne Erfolg teilgenommen“ beurteilt.

Für den positiven Abschluss des Universitätskurses müssen alle Lehrveranstaltungen und die Abschlussprüfung erfolgreich absolviert werden. Bei Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter muss in Summe eine Anwesenheit von mindestens 80 % gegeben sein. Als Ersatz für Fehlstunden kann eine Kompensationsarbeit eingefordert werden.

### **(2) Abschlussprüfung**

Die Abschlussprüfung ist eine mündliche, kommissionelle Fachprüfung im Ausmaß von 2 ECTS-Anrechnungspunkten. Sie kann erst absolviert werden, wenn alle Prüfungsfächer des Universitätskurses positiv absolviert wurden.

Die Prüfungskommission besteht aus mindestens zwei Personen, von denen eine Person zur/zum Vorsitzenden zu bestellen ist.

Gegenstand der Abschlussprüfung sind (a) die Präsentation des erarbeiteten Projekts (maximal 15 Minuten), (b) und die Module A, B und C (maximal 15 Minuten).

### **(3) Wiederholung von Prüfungen**

Die Studierenden sind berechtigt, negativ beurteilte Prüfungen dreimal zu wiederholen. Weitere Regelungen zur Wiederholung von Prüfungen sind in § 35 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen geregelt.

## **§ 6 Kursorganisation**

### **(1) Kursleitung**

Es ist eine wissenschaftliche Leiterin/ein wissenschaftlicher Leiter zu bestellen.

Die wirtschaftliche und die organisatorische Leitung des Universitätskurses werden von UNI for LIFE wahrgenommen.

## **(2) Kurskosten**

Der Universitätskurs ist kostenpflichtig. Im Kursbeitrag sind die Kosten für die Lehrveranstaltungen enthalten. Sonstige Kosten für z.B. Fachliteratur, Recherchen im Zuge der Lehrveranstaltungen, Exkursionen, An- und Abreise zum Veranstaltungsort, Unterkunft und Verpflegung sowie für Abschlussarbeiten sind von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern selbst zu tragen.

Der Universitätskurs kann nur durchgeführt werden, wenn dieser kostendeckend ist. Die wirtschaftliche Leitung des Universitätskurses behält sich eine Änderung des Kursbeitrages aufgrund geänderter Rahmenbedingungen wie einer Änderung der TeilnehmerInnenzahlen oder der zugrundeliegenden Kostenstruktur des Kurses vor.

Die TeilnehmerInnen des Universitätskurses haben nur den Kursbeitrag und nicht auch den Studienbeitrag zu entrichten, sofern sie ausschließlich zum Universitätskurs zugelassen sind.

## **§ 7 In-Kraft-Treten**

Dieser Lehrplan tritt mit Ablauf des Tages seiner Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

Der Studiendirektor:  
Polaschek

## Anhang I: Modulbeschreibungen

<b>Modul A</b>	<b>Analyseraum</b>
<b>ECTS-Anrechnungspunkte</b>	2
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition Open/Closed Innovation</li> <li>• Einführung in Crowdsourcing</li> <li>• Methoden Service Design/Design Thinking erklären</li> <li>• Erklärung der Trend/Kompetenz Matrix</li> <li>• Erforschen von Kundenbedürfnissen</li> <li>• Erkennen von potentiellen Suchfeldern</li> <li>• Anwendung der Methode einer Matrix</li> <li>• Identifikation und Definition von Zielgruppen</li> <li>• Anwendung der Methode eines Canvas</li> <li>• Beschreibung der tatsächlichen Zielgruppe</li> <li>• Erstellung einer Persona</li> </ul>
<b>Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)</b>	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Themen aus dem Innovationsmanagement (Open und Closed Innovation, Crowdsourcing sowie Design Thinking) zu erklären;</li> <li>• erste Schritte im Design Thinking Prozess zu erarbeiten;</li> <li>• Zielgruppen zu identifizieren und zu definieren;</li> <li>• Kundenbedürfnisse sowie aktuelle Trends zu erkennen;</li> <li>• über eine Crowdsourcing Plattform bei Ideenwettbewerben aktiv teilzunehmen;</li> </ul>
<b>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden</b>	Vortrag, E-Learning, Gruppenarbeit, Diskussion, Fallstudien
<b>Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Einmal pro Kursdurchführung

<b>Modul B</b>	<b>Lösungsraum</b>
<b>ECTS-Anrechnungspunkte</b>	<b>2</b>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen und Anwendung von Kreativitätsmethoden</li> <li>• Auswahl/Beschreibung des ausgewählten Suchfeldes</li> <li>• Clustering von Ideen</li> <li>• Bedeutung und Methoden von Prototyping</li> <li>• Erstellung von Best Practice Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Customer Journey</li> <li>• Erstellung eines Prototypen</li> </ul>
<b>Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)</b>	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitätsmethoden anzuwenden;</li> <li>• Ideenentwicklungsprozesse zielorientiert zu steuern und aufrechtzuerhalten;</li> <li>• Herausforderungen im Innovationsmanagement zu erkennen, kritisch zu reflektieren und theoretisch fundierte Lösungen zu entwickeln;</li> <li>• Innovationspotential zu erkennen und lösungsorientiert zu bearbeiten;</li> <li>• Konkrete Ideen in einen Prototypen umzuwandeln und dessen Potential zu analysieren.</li> </ul>
<b>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden</b>	Vortrag, E-Learning, Gruppenarbeit, Diskussion, Fallstudien
<b>Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Einmal pro Kursdurchführung



<b>Modul C</b>	<b>Ergebnisraum</b>
<b>ECTS-Anrechnungspunkte</b>	<b>2</b>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Business Models</li> <li>• Anwendung der Idee eines Business Model Canvas</li> <li>• Transformation von Ideen in Geschäftsmodelle</li> <li>• Präsentation von Innovationen und Geschäftsmodellen</li> </ul>
<b>Lernziele (erwartete Lernergebnisse, erworbene Kompetenzen)</b>	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind nach Absolvierung des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein Business Model Canvas zu erarbeiten;</li> <li>• Ideen in Geschäftsmodelle umzuwandeln;</li> <li>• strategische Maßnahmen zu definieren;</li> <li>• Innovationen und Geschäftsmodelle professionell und überzeugend zu präsentieren.</li> <li>•</li> </ul>
<b>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden</b>	Vortrag, E-Learning, Gruppenarbeit, Diskussion, Fallstudien
<b>Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Einmal pro Kursdurchführung