

## Tárgytematika

### Bevezetés az innováció menedzsmentbe

NGB\_KO042\_1

Tárgyfelelős neve: dr. Dóry Tibor

Félév: 2011/12/1

### OKTATÁS CÉLJA

A képzés elsősorban gyakorlati ismereteket kíván nyújtani a hallgatóknak egy „**tudásvállalkozás**” („**startup**”) **elindításához**. A kurzus alapvetően különbözik a hagyományos, az üzleti tervezést fókuszba állító képzésektől. Nem arról szól, hogyan írjunk üzleti tervet egy induló vállalkozáshoz. A képzés a **valós üzleti életről** szól, arról, hogyan kell dolgozni potenciális ügyfelekkel, vevőkkel vagy éppen versenytársakkal, miként kell túljutni egy induló vállalkozás sokszor kaotikus és bizonytalan helyzetein.

A kurzus során a **hallgatók csapatban dolgoznak egy-egy általuk definiált üzleti ötlet megvalósításán**. Meg fogják tanulni, hogyan lehet különböző üzleti modelleket felállítani, azokat szisztematikusan tesztelni és végigmenni az ügyfélfejlesztési folyamat sokszor rögzös és számos buktatóval teli útján. Ennek legfontosabb eleme a tanteremben, az egyetemi épületekben eltöltött idő helyett valódi, hús-vér ügyfelekkel való találkozás, hogy ne (csak) az oktató, hanem a potenciális vevő mondja meg a véleményét a fejlesztés alatt álló szolgáltatásról, illetve fogalmazza meg a hallgatóknak azokat az igényeit, amelyek eladható termékeket és szolgáltatásokat eredményezhetnek. Fontos eleme a képzésnek az üzleti modell és a **fejlesztés tárgyának folyamatos iterációja**, újabb és újabb variánsok **tesztelése** és az igények szerinti korrigálása.

### TANTÁRGY TARTALMA

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	A tantárgy bemutatása, a féléves feladat ismertetése és a szakirodalmak kiadása. Az innováció fogalma és az innovációs folyamat jellemzői.
2. hét	Az üzleti vállalkozás jellemzői
3. hét	A vevőfejlesztés folyamata
4. hét	Az üzleti modell
5. hét	Az értékteremtés
6. hét	Vevők, ügyfelek, fogyasztók
7. hét	A kereslet, igények és az érdeklődés felkeltése
8. hét	Értékesítési csatornák
9. hét	A pénzáramlás
10. hét	Partnerek. Stratégiai partnerek, versenytársak. Vevők, alvállalkozók
11. hét	Erőforrások és költségszerkezet. Munkatársak. Tőkebevonás formái, ütemezése. A cash-flow jelentősége. Bevételek és kiadások tervezése
12. hét	A vállalkozóvá válás („entrepreneurship”) folyamata
13. hét	Hallgatói projektek bemutatása I.
14. hét	Hallgatói projektek bemutatása II.

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A félév során 2-4 fős fejlesztő csapatokat kell alakítani és a harmadik hét végéig olyan üzleti ötletet definiálni, amelynek

a kidolgozásán dolgoznak majd. A negyedik héttől kezdve, a hallgatói csapatok megalakítását és üzleti ötletük definiálását követően, a hallgatói csapatoknak **folyamatosan be kell számolniuk projektjük előrehaladásáról** és az időközben adódó problémákról, elért eredményekről, illetve a következő időszakra tervezett feladatokról. A hallgatói csapat minden tagjának aktívan részt kell venni ezeken a prezentációkon és válaszolni társaik kérdéseire, reagálni javaslataikra.

Mindenkinek számolni kell azzal, hogy ez nem egy hagyományos előadás, amit a félév végén vizsga követ. Nem elegendő részt venni az órákon, hanem az üzleti ötletet a gyakorlatban kell tesztelni, fel kell keresni potenciális vevőket, ügyfeleket, adatokat és piaci információkat kell gyűjteni, feldolgozni és folyamatosan kell dolgozni a csapat tagjaival a fejlesztés megvalósításán.

A tapasztalatok szerint mindez kb. 5-10 óra elfoglaltságot jelent a tanórákon kívül.

## **Hiányzás, távollét**

A képzés jellegéből következően, csupán kettő alkalommal lehet hiányozni a félév során. Aki többet hiányzik, nem kaphat kreditpontot.

## **Számonkérés, értékelés**

A féléves aláírás feltétele:

- az órákon való folyamatos részvétel és aktív közreműködés a csapat által definiált fejlesztési projekt kidolgozásában
- a fejlesztői csapatnak minden órán be kell számolni a projektjük előrehaladásáról és az időközben adódó problémákról, elért eredményekről, illetve a következő időszakra tervezett feladatokról
- a félév végén be kell mutatni a fejlesztési projektet egy záró prezentáció keretében

A vizsgajegy az alábbiak szerint kerül kiszámításra:

A kurzus a csoportos részvételre épít, ezért az értékelés 80 százaléka a csapat teljesítményétől és a félév végére elkészített projekt minőségétől függ.

Az értékelés szempontjai az alábbiak:

20% - órai részvétel

50% - a csapat előrehaladása és valós piaci tapasztalatai

30% - a csapat által készített záró riport, projekt prezentáció színvonala

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM**

- **Osterwalder, Alexander (2010): Business Model Generation**
- **Buzás Norbert (szerk.) (2007) Innovációmenedzsment a gyakorlatban. Akadémiai Kiadó, Budapest.**
- Blank, Steve (2005) The Four Steps to Epiphany.
- Chikán Attila (2008) Vállalatgazdaságtan, Aula Kiadó.
- Davila-Epstein-Shelton (2006) Making Innovation Work: Wharton School Publishing
- Grosz András-Csizmadia Zoltán (2011) Innováció és együttműködés. A kapcsolathálózatok innovációra gyakorolt hatása. MTA RKK, Pécs-Győr.

- Managing Creativity and Innovation (2003) Harvard Business Essential, Boston
- Pakucs János-Papanek Gábor (szerk.) (2006) Az innovációs folyamatok szervezése. Magyar Innovációs Szövetség.
- Tidd-Bessent-Pavitt (2005) Managing Innovation. Intergrating technological market and organisational change. John Wiley, Hoboken.

A többi irodalmat az előadásvázlat tartalmazza.