

Tárgytematika

Bevezetés az innováció menedzsmentbe

NGB_KO042_1

Tárgyfelelős neve: dr. Dóry Tibor

Félév: 2012/13/1

Beszámolási forma: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám: 0/2/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

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

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-Bessant-Pavitt (2005) Managing Innovation. Integrating technological market and organisational change. John Wiley, Hoboken.

A többi irodalmat az előadásvázlat tartalmazza.