

Executive Summary IMA Weiterbildung



IMA Weiterbildung: Grundprinzipien

Unser Lehrprogramm für Führungskräfte zeichnet sich durch Effizienz und Kombination von Theorie & Praxis aus.

1 Hohe Qualität

Unterricht nur von anerkannten Experten. Keine Schlagworte, kein leeres Gerede. Wir streben nach höchster Qualität und erwarten von unseren Teilnehmenden volles Engagement.

2 Zeiteffizient

Die zentrale Lage Luzerns ermöglicht kurze Wege zum Unterricht vor Ort, kombiniert mit digitalem Unterricht zur Vermeidung unnötiger Fahrten. Keine rein theoretische Übungen.

3 Praxisorientiert

Alle Inhalte sind relevant und direkt anwendbar für die Lösung von Problemen aus der realen Welt. Unsere praxiserfahrenen Coaches und Mentoren unterstützen Sie dabei, das Gelernte direkt auf die Realität in Ihrem Unternehmen zu übertragen und zu implementieren.

4 Forschungsbasiert

Die Inhalte sind fest in der akademischen Forschung nach dem internationalen Stand verankert. Unsere Lehrkräfte sind in führenden Forschungsorganisationen tätig und verfügen, wann immer es sinnvoll ist, über eine akademische Ausbildung auf hohem Niveau.

IMA Weiterbildung: Übersicht

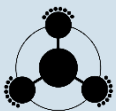
Unser Lehrprogramm für Führungskräfte zeichnet sich durch Effizienz und Kombination von Theorie & Praxis aus.



CAS Innovation Management: Bietet Verständnis für alle relevanten Themen im Innovationsmanagement. Sowohl für erfahrene Innovationsmanager, die ihr Wissen auf den neuesten Stand bringen wollen, als auch für diejenigen ohne Hintergrund in Innovation oder Management, die sich auf ihre neue Rolle in der Innovation vorbereiten wollen.



CAS Innovation Implementation: Für alle Manager, Führungskräfte und Berater, die mit der Verfolgung von Innovations- oder Transformationsinitiativen betraut sind. Wir stellen das Wissen, die Methoden und Werkzeuge zur Verfügung, um interne Barrieren für Transformation und Innovation zu überwinden.



CAS Ecosystem Management: Für Manager, die mit der Aufgabe betraut sind, Innovations-Ökosysteme aufzubauen und zu managen. Wir vermitteln ein vertieftes Verständnis dieses neuen Konzepts und der spezifischen Methoden und Instrumente für das Ökosystemmanagement.



CAS Growth and Transformation: Unser Flaggschiff-Kurs. Maximal 8 Teilnehmende. Nur für C-Level-Führungskräfte. Überblick über einige der zeitgemässesten Hebel zur Erzielung von Wachstum und Transformation, d.h. Ökosysteme, Geschäftsmodellinnovation, Analytics oder Corporate Venturing. Weiterhin wird die Verankerung im Unternehmen adressiert.



CAS Business and Marketing Analytics: Für Manager, welche mit neuem Wissen über Datenanalyse-Methoden evidenzbasierte Entscheidungen treffen möchten und Datenanalysten, welche durch ein breiteres Verständnis von Unternehmensherausforderungen zusätzliche Kompetenzen erlangen möchten.

CAS in Innovation Management



CAS in Innovation Management: Übersicht

Der CAS in Innovation Management bietet modernste Inhalte zu allen relevanten Themen des Innovationsmanagements

Profil und Inhalt

- **Innovationsmanagement** ist eine der **Schlüsselkompetenzen** zur Erzielung langfristiger Wettbewerbsvorteile
- Dieser Kurs deckt **alle relevanten Themen**, sowohl **etablierte als auch neuartige**, innerhalb des Innovationsmanagements ab
- **Die Teilnehmenden** sind entweder **erfahrene Innovationsmanager**, die beabsichtigen, **ihr Wissen auf den neuesten Stand zu bringen**, oder Innovationsmanager **ohne Hintergrund** in Innovation oder Management, die sich auf ihre neue Rolle in der Innovation **vorbereiten** wollen



Lehrplan & Unterrichtsformat

- **Deutsch oder Englisch**
- **Insgesamt 8 Module**
- **Jedes Modul besteht aus 3 Schritten:**
 - Lieferung von Inhalten
 - Anwendung auf eigenes Unternehmen, unterstützt von Peers und Mentoren
 - Abschlusspräsentation und Diskussion vor/durch Mentoren und Peers

Zeitplan, Aufwand und Kosten

- **Zeitaufwand:**
 - Ca. 8 Tage vor Ort
 - Ca. 8 Tage online
 - Zusätzlicher Aufwand für das Selbststudium und die Anwendung (Eigenverantwortung)
- **Gebühr** von 11.500 CHF pro Teilnehmendem

Kernergebnisse

- **Certificate** of Advanced Studies in Innovation Management der Universität Luzern
- **Umfassender** und aktueller **Überblick über das Innovationsmanagement**
- **Mentoring durch Fachkollegen und Experten** bei der **Anwendung** aller Inhalte auf Ihre **spezifische Unternehmenssituation**

CAS in Innovation Management: Ihr Nutzen

Der CAS gibt eine umfassende Übersicht zu internen und externen Innovationspotentialen – und wie diese im Unternehmen implementiert werden



Interne Innovationspotentiale schaffen

Strategie und Organisation

Sie können Innovationsstrategien entwickeln und geeignete organisationale Strukturen schaffen.

Geschäftsmodell-Innovation

Sie wissen, wie Sie jenseits der Produktebene innovieren und wie Sie passende Geschäftsmodelle entwickeln können.

Technologie-Management & IP

Sie verstehen Möglichkeiten und Grenzen von geistigem Eigentum und Technologiemanagement für Ihr Innovationsvorhaben.



Externe Innovationspotentiale nutzen

Innovation für Ökosysteme

Sie wissen, wie man durch Zusammenarbeit mit Partnern Innovationspotentiale erreicht, welche für ein einzelnes Unternehmen alleine nicht umsetzbar wären.

Start-ups and Corporate Venturing

Sie kennen die Innovationspotentiale von Start-Ups - und wie Sie diese für Ihr Unternehmen nutzen können.

Kundenintegration & Crowdsourcing

Sie verstehen, wie Kunden in Innovationsprozesse integriert werden können - und Sie so Kundennähe steigern können.



Interne und externe Innovationspotentiale verankern

Prozesse und Agile Entwicklung

Sie kennen traditionelle und neuartige Innovationsprozesse, um Ihre Idee zur Marktreife zu bringen und haben ein Verständnis für agile Produktentwicklung.

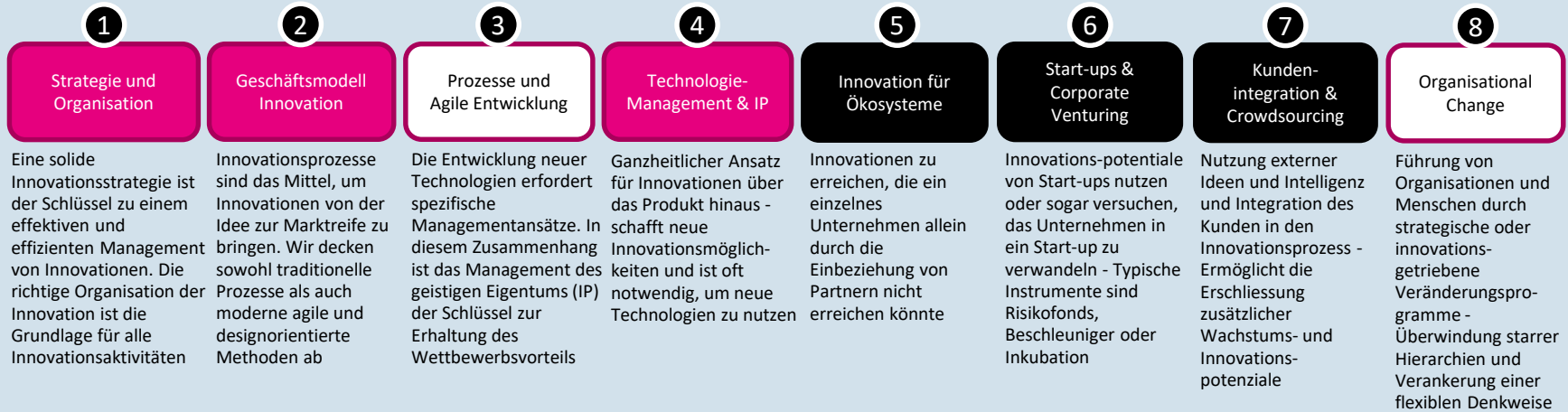
Organisational Change

Sie verstehen, wie Sie Ihr Innovationsvorhaben trotz kultureller und menschlicher Hürden implementieren können.

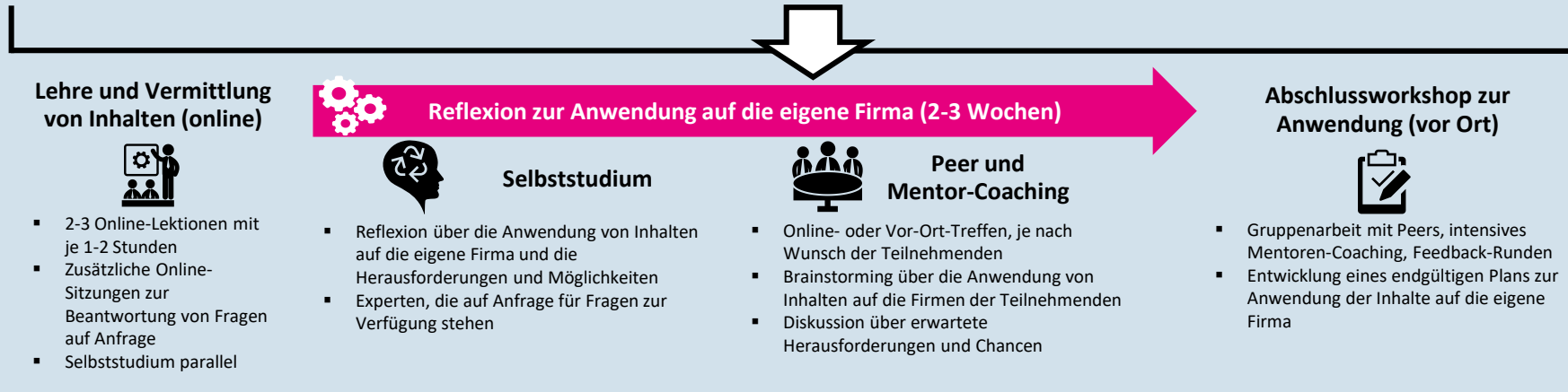
CAS in Innovation Management: Modulübersicht

Der CAS umfasst 8 Module über einen Zeitraum von einem Jahr - Drei Schlüsselschritte für jedes Modul

Modulübersicht



Unterricht pro Modul



CAS in Innovation Management: Dozierende

Fundiertes Wissen über Innovation auf der Grundlage akademischer Forschung und industrieller Praxis



Dr. Bernhard Lings

Programm-Koordinator
Experte für Innovation
und Ökosysteme

Gegenwärtige Position

- Mitglied des Direktoriums IMA, Leitung Bereich Innovation, Universität Luzern
- Gastprofessor Aalborg Business School
- Research Affiliate Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Dr. oec. HSG im Innovationsmanagement
- M.Sc. in Management, M.Sc. in Ingenieurwesen
- Werdegang als Berater bei Roland Berger Zürich, PostDoc am Imperial College London, Projektleiter an der Universität St. Gallen



Dr. Franca Burkhardt

Expertin für organisatorischen
Wandel und Entwicklung

Gegenwärtige Position

- Eigentümerin der Bandy Analytics GmbH; Organisatorisches Change Management und Organisationsentwicklung
- Lehrbeauftragte Universität Heidelberg
- Senior Researcher Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Doktor der Philosophie in Organisationswissenschaften und Kulturtheorie (Ph.D. HSG)
- Master in Politikwissenschaft



Prof. Dr. Reto Hofstetter

Experte für Marketing und
Innovation

Gegenwärtige Position

- Ordentlicher Professor für Digitales Marketing, Universität Luzern, Schweiz
- Vorsitzender des Vorstands IMA Universität Luzern

Hintergrund / Ausbildung

- Ausserordentlicher Professor für Marketing (mit Amtszeit), Universität der italienischen Schweiz
- Assistenzprofessor für Marketing, Universität St. Gallen
- Doktorat in Marketing, Universität Bern
- M.Sc. in Betriebswirtschaftslehre, Universität Bern

CAS in Innovation Management



CAS in Innovation Management: Übersicht

Der CAS in Innovation Management bietet modernste Inhalte zu allen relevanten Themen des Innovationsmanagements

Profil und Inhalt

- **Innovationsmanagement** ist eine der **Schlüsselkompetenzen** zur Erzielung langfristiger Wettbewerbsvorteile
- Dieser Kurs deckt **alle relevanten Themen**, sowohl **etablierte als auch neuartige**, innerhalb des Innovationsmanagements ab
- **Die Teilnehmenden** sind entweder **erfahrene Innovationsmanager**, die beabsichtigen, **ihr Wissen auf den neuesten Stand zu bringen**, oder Innovationsmanager **ohne Hintergrund** in Innovation oder Management, die sich auf ihre neue Rolle in der Innovation **vorbereiten** wollen



Lehrplan & Unterrichtsformat

- **Deutsch oder Englisch**
- **Insgesamt 8 Module**
- **Jedes Modul besteht aus 3 Schritten:**
 - Lieferung von Inhalten
 - Anwendung auf eigenes Unternehmen, unterstützt von Peers und Mentoren
 - Abschlusspräsentation und Diskussion vor/durch Mentoren und Peers

Zeitplan, Aufwand und Kosten

- **Zeitaufwand:**
 - Ca. 8 Tage vor Ort
 - Ca. 8 Tage online
 - Zusätzlicher Aufwand für das Selbststudium und die Anwendung (Eigenverantwortung)
- **Gebühr** von 11.500 CHF pro Teilnehmendem

Kernergebnisse

- **Certificate** of Advanced Studies in Innovation Management der Universität Luzern
- **Umfassender** und aktueller **Überblick über das Innovationsmanagement**
- **Mentoring durch Fachkollegen und Experten** bei der **Anwendung** aller Inhalte auf Ihre **spezifische Unternehmenssituation**

CAS in Innovation Management: Ihr Nutzen

Der CAS gibt eine umfassende Übersicht zu internen und externen Innovationspotentialen – und wie diese im Unternehmen implementiert werden



Interne Innovationspotentiale schaffen

Strategie und Organisation

Sie können Innovationsstrategien entwickeln und geeignete organisationale Strukturen schaffen.

Geschäftsmodell-Innovation

Sie wissen, wie Sie jenseits der Produktebene innovieren und wie Sie passende Geschäftsmodelle entwickeln können.

Technologie-Management & IP

Sie verstehen Möglichkeiten und Grenzen von geistigem Eigentum und Technologiemanagement für Ihr Innovationsvorhaben.



Externe Innovationspotentiale nutzen

Innovation für Ökosysteme

Sie wissen, wie man durch Zusammenarbeit mit Partnern Innovationspotentiale erreicht, welche für ein einzelnes Unternehmen alleine nicht umsetzbar wären.

Start-ups and Corporate Venturing

Sie kennen die Innovationspotentiale von Start-Ups - und wie Sie diese für Ihr Unternehmen nutzen können.

Kundenintegration & Crowdsourcing

Sie verstehen, wie Kunden in Innovationsprozesse integriert werden können - und Sie so Kundennähe steigern können.



Interne und externe Innovationspotentiale verankern

Prozesse und Agile Entwicklung

Sie kennen traditionelle und neuartige Innovationsprozesse, um Ihre Idee zur Marktreife zu bringen und haben ein Verständnis für agile Produktentwicklung.

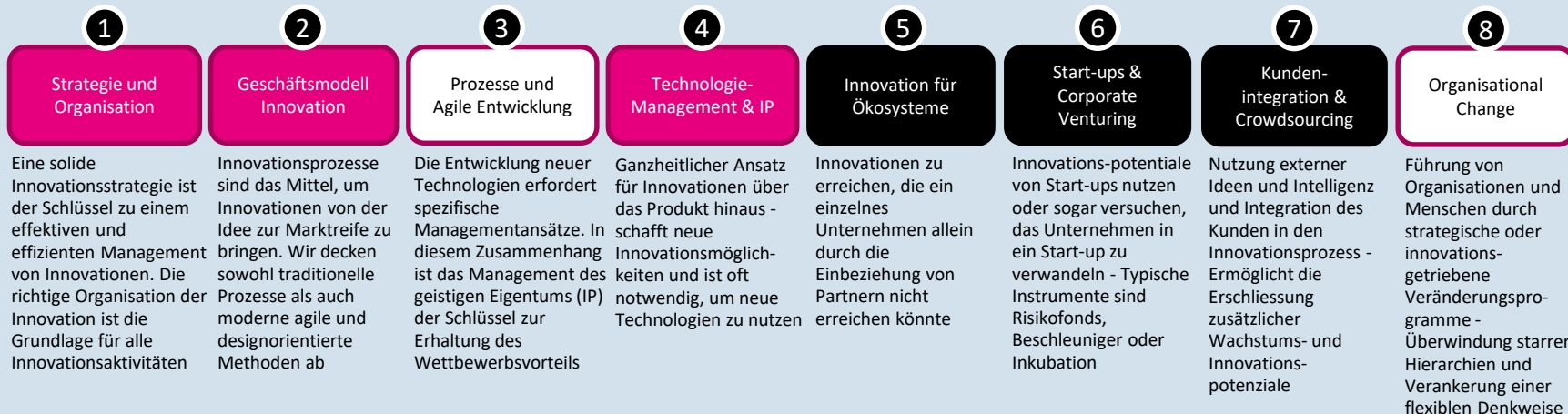
Organisational Change

Sie verstehen, wie Sie Ihr Innovationsvorhaben trotz kultureller und menschlicher Hürden implementieren können.

CAS in Innovation Management: Modulübersicht

Der CAS umfasst 8 Module über einen Zeitraum von einem Jahr - Drei Schlüsselschritte für jedes Modul

Modulübersicht



Unterricht pro Modul

Lehre und Vermittlung von Inhalten (online)



- 2-3 Online-Lektionen mit je 1-2 Stunden
- Zusätzliche Online-Sitzungen zur Beantwortung von Fragen auf Anfrage
- Selbststudium parallel



Reflexion zur Anwendung auf die eigene Firma (2-3 Wochen)



Selbststudium

- Reflexion über die Anwendung von Inhalten auf die eigene Firma und die Herausforderungen und Möglichkeiten
- Experten, die auf Anfrage für Fragen zur Verfügung stehen



Peer und Mentor-Coaching

- Online- oder Vor-Ort-Treffen, je nach Wunsch der Teilnehmenden
- Brainstorming über die Anwendung von Inhalten auf die Firmen der Teilnehmenden
- Diskussion über erwartete Herausforderungen und Chancen



Abschlussworkshop zur Anwendung (vor Ort)

- Gruppenarbeit mit Peers, intensives Mentoren-Coaching, Feedback-Runden
- Entwicklung eines endgültigen Plans zur Anwendung der Inhalte auf die eigene Firma

CAS in Innovation Management: Dozierende

Fundiertes Wissen über Innovation auf der Grundlage akademischer Forschung und industrieller Praxis



Dr. Bernhard Lings

Programm-Koordinator
Experte für Innovation
und Ökosysteme

Gegenwärtige Position

- Mitglied des Direktoriums IMA, Leitung Bereich Innovation, Universität Luzern
- Gastprofessor Aalborg Business School
- Research Affiliate Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Dr. oec. HSG im Innovationsmanagement
- M.Sc. in Management, M.Sc. in Ingenieurwesen
- Werdegang als Berater bei Roland Berger Zürich, PostDoc am Imperial College London, Projektleiter an der Universität St. Gallen



Dr. Franca Burkhardt

Expertin für organisatorischen
Wandel und Entwicklung

Gegenwärtige Position

- Eigentümerin der Bandy Analytics GmbH; Organisatorisches Change Management und Organisationsentwicklung
- Lehrbeauftragte Universität Heidelberg
- Senior Researcher Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Doktor der Philosophie in Organisationswissenschaften und Kulturtheorie (Ph.D. HSG)
- Master in Politikwissenschaft



Prof. Dr. Reto Hofstetter

Experte für Marketing und
Innovation

Gegenwärtige Position

- Ordentlicher Professor für Digitales Marketing, Universität Luzern, Schweiz
- Vorsitzender des Vorstands IMA Universität Luzern

Hintergrund / Ausbildung

- Ausserordentlicher Professor für Marketing (mit Amtszeit), Universität der italienischen Schweiz
- Assistenzprofessor für Marketing, Universität St. Gallen
- Doktorat in Marketing, Universität Bern
- M.Sc. in Betriebswirtschaftslehre, Universität Bern

CAS in Ecosystem Management



CAS in Ecosystem Management: Übersicht

Der CAS in Ecosystem Management ist das erste Weiterbildungsprogramm für Ökosystem Manager

Profil und Inhalt

- Die Art und Weise, wie **Unternehmen innovieren**, ist einem **massiven Wandel** unterworfen: Unternehmen versuchen zunehmend, **Innovationen nicht isoliert, sondern gemeinsam mit anderen Unternehmen** in einem Ökosystemumfeld **zu entwickeln**
- **Ökosysteme** eröffnen **neue Möglichkeiten** für Innovation, Wachstum und Differenzierung
- Ökosysteme sind eine **neue Art des Wirtschaftens** - Sie erfordern **neue Kenntnisse, Methoden und Werkzeuge**
- Dieser Kurs **deckt alle Schlüsselaspekte ab**, die für Aufbau und Management von Ökosystemen erforderlich sind



Lehrplan & Unterrichtsformat

- **Deutsch oder Englisch**
- **Insgesamt 8 Module**
- **Jedes Modul besteht aus 3 Schritten:**
 - Lieferung von Inhalten
 - Anwendung auf eigene Geschäfte, unterstützt von Peers und Mentoren
 - Abschlusspräsentation und Diskussion vor/durch Mentoren und Peers

Zeitplan, Aufwand und Kosten

- **Zeitaufwand:**
 - Ca. 8 Tage vor Ort
 - Ca. 8 Tage online
 - Zusätzlicher Aufwand für das Selbststudium und die Anwendung (auf Eigenverantwortung)
- **Gebühr** von 11.500 CHF pro Teilnehmendem

Kernergebnisse

- **Certificate** of Advanced Studies in Ecosystem Management der Universität Luzern
- **Umfassender** und aktueller **Überblick über das Ökosystem-Management**
- **Mentoring durch Fachkollegen und Experten** bei der **Anwendung** aller Inhalte auf Ihre **spezifische Unternehmenssituation**

CAS in Ecosystem Management: Ihr Nutzen

Der CAS befähigt Teilnehmende, Ökosysteme aufzubauen und zu managen



Ökosystem Planung

Konzeptionelle Grundlagen

Sie haben einen Überblick zu Ökosystemen und sind bereit, tiefgehende Konzepte zu erarbeiten.

Geschäftsmodell Innovation

Sie können Ihr Geschäftsmodell der Ökosystem-Initiative entsprechend anpassen.

Strategie für Ökosysteme

Sie entwickeln eine Ökosystem-Strategie aus bestehenden strategischen Strukturen und definieren zentrale KPIs.

Aufbau von Ökosystemen

Sie entwickeln potentielle Produkte und Dienstleistungen für Ihr Ökosystem und wissen, wie Sie geeignete Partner auswählen können.



Ökosystem Implementierung

Management & IT

Sie können Ökosystempartner managen und stellen die Integration des Ökosystems in Ihr Unternehmen sicher. Sie verstehen den Einsatz von IT für diesen Zweck.

Rechts- und IP-Grundlagen

Sie sind gewappnet für neue rechtliche Situationen und den Umgang mit geistigen Eigentumsrechten, welche Ökosysteme mit sich bringen.

Corporate Venturing

Sie erkennen Innovationspotentiale von Start-Ups und können mit diesen in einem Ökosystem zusammenarbeiten.

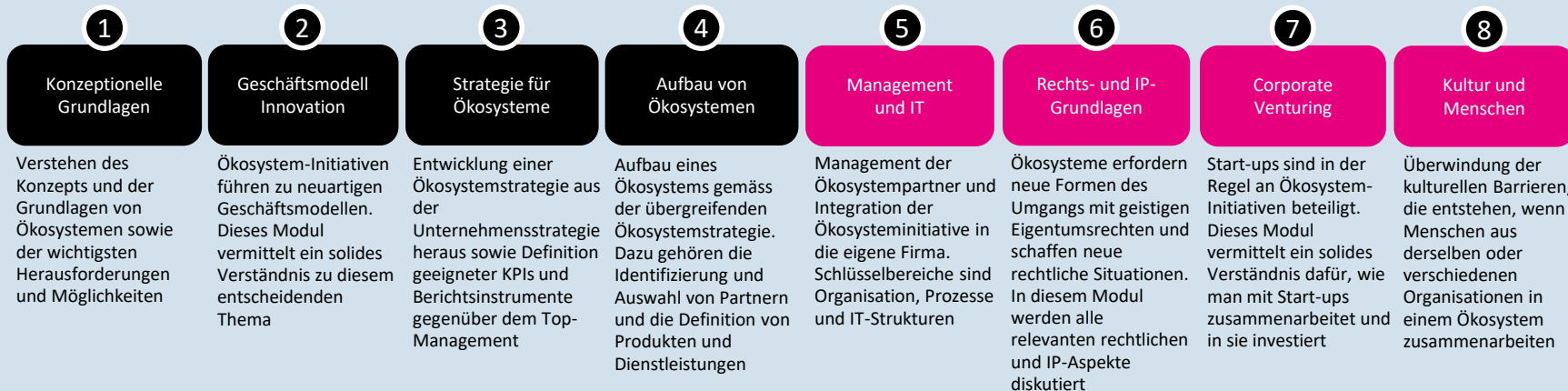
Kultur und Menschen

Sie wissen, wie man kulturelle Barrieren zwischen Ökosystempartnern und im eigenen Unternehmen überwinden kann.

CAS in Ecosystem Management: Modulübersicht

Der CAS umfasst 8 Module über einen Zeitraum von einem Jahr - Drei Schlüsselschritte für jedes Modul

Modulübersicht



Unterricht pro Modul

Lehre und Vermittlung von Inhalten (online)



- 2-3 Online-Lektionen mit je 1-2 Stunden
- Zusätzliche Online-Sitzungen zur Beantwortung von Fragen auf Anfrage
- Selbststudium parallel



Reflexion zur Anwendung auf die eigene Firma (2-3 Wochen)



Selbststudium

- Reflexion über die Anwendung von Inhalten auf die eigene Firma und die Herausforderungen und Möglichkeiten
- Experten, die auf Anfrage für Fragen zur Verfügung stehen



Peer und Mentor-Coaching

- Online- oder Vor-Ort-Treffen, je nach Wunsch der Teilnehmenden
- Brainstorming über die Anwendung von Inhalten auf die Firmen der Teilnehmenden
- Diskussion über erwartete Herausforderungen und Chancen



Abschlussworkshop zur Anwendung (vor Ort)

- Gruppenarbeit mit Peers, intensives Mentoren-Coaching, Feedback-Runden
- Entwicklung eines endgültigen Plans zur Anwendung der Inhalte auf die eigene Firma

CAS in Ecosystem Management: Dozierende

Fundiertes Wissen über Ökosysteme auf der Grundlage akademischer Forschung und industrieller Praxis



Dr. Bernhard Lingens

Programm-Koordinator
Experte für Innovation
und Ökosysteme

Gegenwärtige Position

- Mitglied des Direktoriums IMA, Leitung Bereich Innovation, Universität Luzern
- Gastprofessor Aalborg Business School
- Research Affiliate Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Dr. oec. HSG im Innovationsmanagement
- M.Sc. in Management, M.Sc. in Ingenieurwesen
- Werdegang als Berater bei Roland Berger Zürich, PostDoc am Imperial College London, Projektleiter an der Universität St. Gallen



Dr. Franca Burkhardt

Expertin für organisatorischen
Wandel und Entwicklung

Gegenwärtige Position

- Eigentümerin der Bandy Analytics GmbH; Organisatorisches Change Management und Organisationsentwicklung
- Lehrbeauftragte Universität Heidelberg
- Senior Researcher Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Doktor der Philosophie in Organisationswissenschaften und Kulturtheorie (Ph.D. HSG)
- Master in Politikwissenschaft

CAS in Growth and Transformation



CAS in Growth and Transformation: Übersicht

Wir inspirieren Führungskräfte des höchsten Kaderns zu neuen Wachstumsmöglichkeiten

Profil und Inhalt



- **Unternehmen** in vielen traditionellen Branchen **haben Schwierigkeiten, zu wachsen**, oder sehen sich **mit neuen Bedingungen konfrontiert** (z.B. digitale Veränderungen, neue Marktteilnehmer)
- **Traditionelle Hebel für Wachstum** (z.B. Verkaufsoptimierung, M&A) sind in der Regel **bekannt**. Es gibt jedoch **neuartige Hebel** für Wachstum. Darüber hinaus erfordert Wachstum die **Einbeziehung der Menschen** innerhalb des Unternehmens und eine Wachstumskultur
- Dieser Kurs soll **Top-Führungskräften Inspiration** zu **neuen Wachstumshebeln** und Verständnis dafür vermitteln, **wie man die Menschen** innerhalb der Organisation **einbezieht** und eine Wachstumskultur schafft

Lehrplan & Unterrichtsformat

- **Deutsch oder Englisch**
- **Insgesamt 8 Module**
 - 5 Module zu neuartigen Wachstumshebeln
 - 3 Module zu organisatorischem Wandel und Kultur
- **Der Kurs umfasst 3 Schritte:**
 - Lieferung von Inhalten
 - Mentor-unterstützte Anwendung auf das eigene Unternehmen,
 - Abschlusspräsentation mit Feedback

Zeitplan, Aufwand und Kosten

- **Zeitaufwand:**
 - Ca. 8 Tage vor Ort
 - Ca. 8 Tage online
 - Zusätzlicher Aufwand für das Selbststudium und die Anwendung (Eigenverantwortung)
- **Gebühr** von 18.000 CHF pro Teilnehmenden

Kernergebnisse

- **Certificate** of Advanced Studies in Growth and Transformation der Universität Luzern
- **Inspiration** und Überblick über zeitgemässe Wachstumshebel und Veränderungs-/Transformationsansätze
- **Mentoring durch Fachkollegen und Experten** bei der **Anwendung** aller Inhalte auf Ihre **spezifische Unternehmenssituation**

CAS in Growth and Transformation: Modulübersicht

Der CAS umfasst 8 Schlüsselmodule zu Innovation, Wachstum und Transformation

Innovation im Start-up Bereich

Design Thinking & Geschäftsmodell Innovation

Design Thinking ermöglicht kundenzentrierte Innovation und schnelle Markterprobung von Wertangeboten. Die Sichtweise des Geschäftsmodells öffnet den Innovationsraum über das reine Produkt hinaus und ermöglicht die Erfassung und Schaffung von Kundenwert durch das Unternehmen.

Innovation durch Ökosysteme

Die Innovation in Ökosystemen mit Partnern ermöglicht es Unternehmen, Innovationen zu erreichen, die ein einzelnes Unternehmen allein nicht erreichen könnte. Dieser Ansatz schafft grosse Wachstumschancen, erfordert aber neue Managementmethoden und ein neues Denken.

Corporate Venturing

Innovationspotentiale nutzen, die durch eine Neugründung entstehen, oder sogar versuchen, das Unternehmen in ein Start-up zu verwandeln - Typische Instrumente sind Risikofonds, Beschleuniger oder Inkubation. Aber diese Wachstumshebel bringen neue Herausforderungen!

Technologien und Analytics

Schaffung neuer Wachstumschancen, die durch die grossen Technologietrends unserer Zeit - wie Blockchain, künstliche Intelligenz oder fortgeschrittene Analytik - ermöglicht werden. Sie müssen nicht immer von der Firma genutzt, aber zumindest verstanden werden.

Innovation im Unternehmensbereich

Organisation & Outsourcing von Innovation

Ungeeignete organisatorische Settings sind eines der Haupthindernisse für Innovation. Besonders disruptive Innovationen erfordern andere organisatorische Rahmenbedingungen - oft durch Auslagerung der Innovation.

Organisatorischer Wandel

Führung von Organisationen und Menschen durch strategische oder innovationsgetriebene Veränderungsprogramme - Überwindung organisatorischer Barrieren, Verankerung einer flexiblen, wachstumsorientierten Denkweise und Freisetzung der vollen Leistungsfähigkeit.

Kommunikation und Storytelling

Umsetzung einer umfassenden Kommunikationsstrategie mit einem starken Schwerpunkt auf Storytelling. Der Zweck der Kommunikation ist mehr als der Austausch von Informationen, es geht darum, Engagement zu schaffen und die verschiedenen Einheiten zu verbinden.

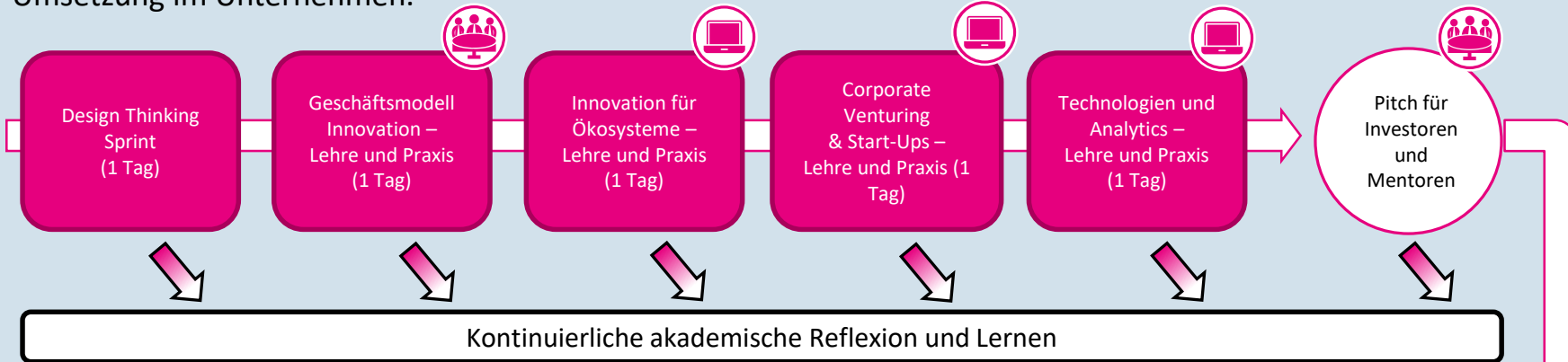
Change Leadership

Einsatz geeigneter strategischer und operativer Führungsqualitäten und Instrumente zur Ausrichtung der Organisation. Stärkung der interdisziplinären Zusammenarbeit, ohne Verantwortung oder Ressourcenfragen zu schaffen.

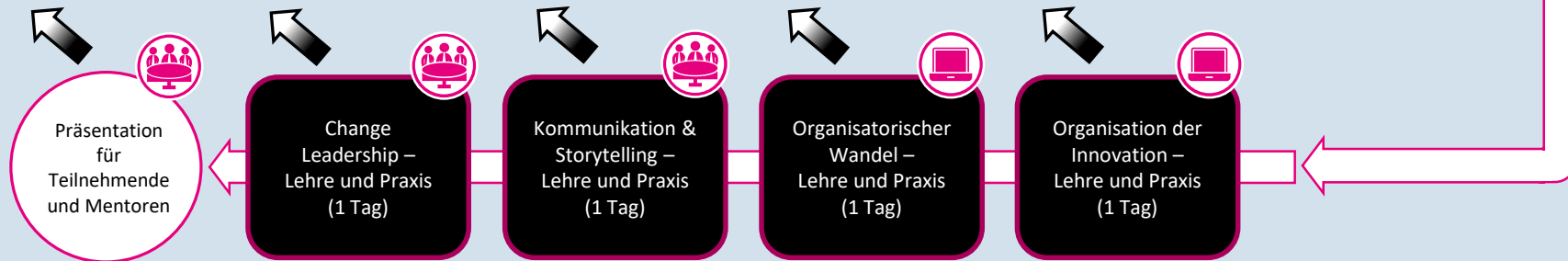
CAS in Growth and Transformation: Lehrplan

Der CAS umfasst 2 Teile: (1) Teilnehmende entwickeln eine disruptive Innovation und (2) planen die Umsetzung im Unternehmen.

Innovation im Start-up Bereich



Innovation im Unternehmensbereich



Online-Workshop - aufgeteilt in Sitzungen von jeweils ca. 2 Stunden



Physische Workshops - jeweils 1 Tag, ausserhalb der Firma



Mentoring und Ferngruppenarbeit zur Innovationsinitiative

CAS in Growth and Transformation: Teaching Team

Unser Lehrerteam und unsere Experten leiten den Kurs und sind Ihre Ansprechpartner für alle Ihre Fragen.



Dr. Bernhard Lings

Programm-Koordinator
Experte für Innovation
und Ökosysteme

Gegenwärtige Position

- Mitglied des Direktoriums IMA, Leitung Bereich Innovation, Universität Luzern
- Gastprofessor Aalborg Business School
- Research Affiliate Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Dr. oec. HSG im Innovationsmanagement
- M.Sc. in Management, M.Sc. in Ingenieurwesen
- Werdegang als Berater bei Roland Berger Zürich, PostDoc am Imperial College London, Projektleiter an der Universität St. Gallen



Dr. Franca Burkhardt

Expertin für organisatorischen
Wandel und Entwicklung

Gegenwärtige Position

- Eigentümerin der Bandy Analytics GmbH; Organisatorisches Change Management und Organisationsentwicklung
- Lehrbeauftragte Universität Heidelberg
- Senior Researcher Universität St. Gallen

Hintergrund / Ausbildung

- Doktor der Philosophie in Organisationswissenschaften und Kulturtheorie (Ph.D. HSG)
- Master in Politikwissenschaft



Prof. Dr. Reto Hofstetter

Experte für Marketing und
Innovation

Gegenwärtige Position

- Ordentlicher Professor für Digitales Marketing, Universität Luzern, Schweiz
- Vorsitzender des Vorstands IMA Universität Luzern

Hintergrund / Ausbildung

- Ausserordentlicher Professor für Marketing (mit Amtszeit), Universität der italienischen Schweiz
- Assistenzprofessor für Marketing, Universität St. Gallen
- Doktorat in Marketing, Universität Bern
- M.Sc. in Betriebswirtschaftslehre, Universität Bern

CAS in Business and Marketing Analytics



CAS in Business and Marketing Analytics: Übersicht

Der CAS in Business und Marketing Analytics vereint alle relevanten Aspekte von Datengenerierung, Datenanalyse und datengetriebenen Strategieentscheiden

Profil und Inhalt

- **Datengetriebene Strategieentscheide** zu treffen ist ein langfristiger Faktor für den Unternehmenserfolg
- Dieser Lehrgang vereint **neueste wissenschaftliche Methoden** mit konkreten Unternehmensherausforderungen
- **Teilnehmende** sind zum einen **Marketingfachleute**, welche mit neuem Wissen über Datenanalysemethoden zu einem aktiven Gestalter der Zukunft ihres Unternehmens werden wollen; zum anderen **Datenanalysten**, welche durch ein breiteres Verständnis von Unternehmensherausforderungen zusätzliche Kompetenzen erlangen möchten

Lehrplan & Unterrichtsformat

- **In Deutsch**
- **8 aufbauende Module**
- Jedes Modul verbindet wissenschaftlich fundierte Methoden mit konkreten Unternehmensherausforderungen und Business Cases

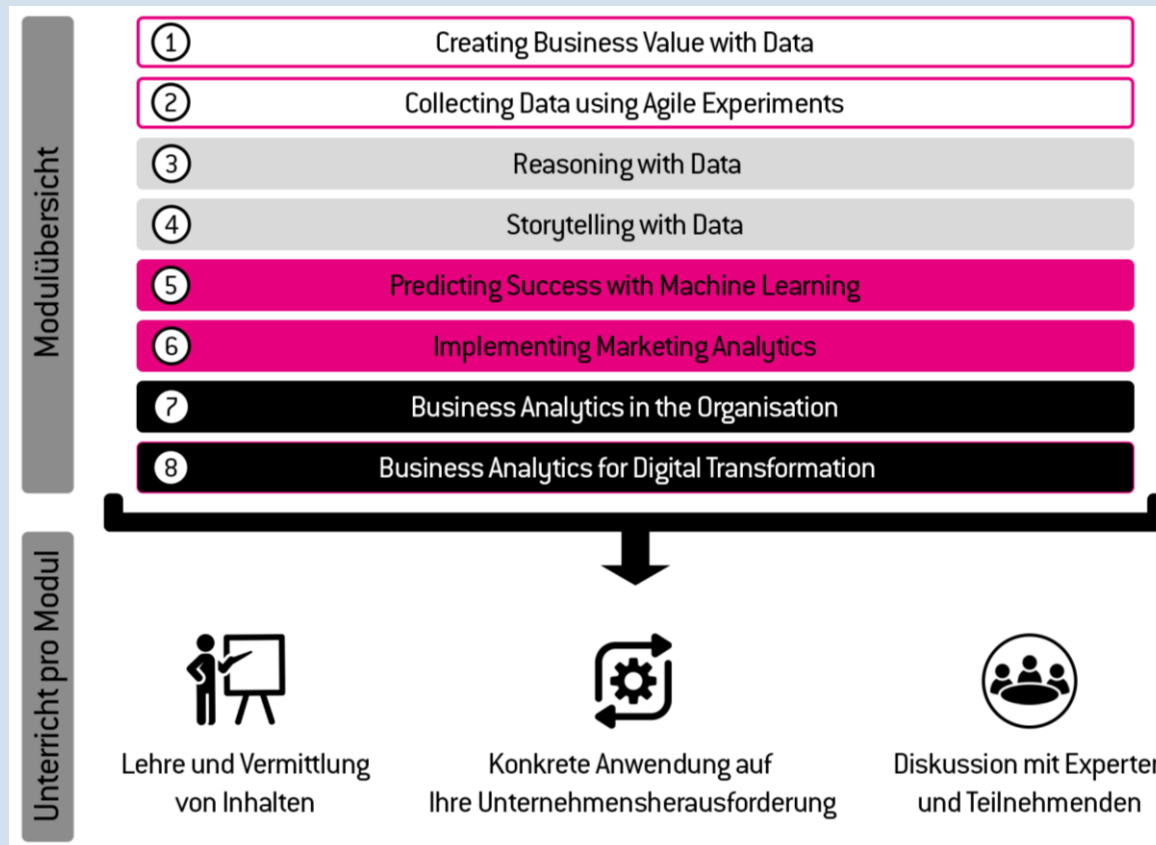
Start, Aufwand & Kosten

- Start: **Frühjahr 2022**
- **Aufwand:**
 - Insgesamt 20 Tage
 - 8 Module a 2.5 Tage
 - Donnerstag – Samstag mittags
- **Kosten** von 11'500 CHF pro Teilnehmendem

Kernergebnisse

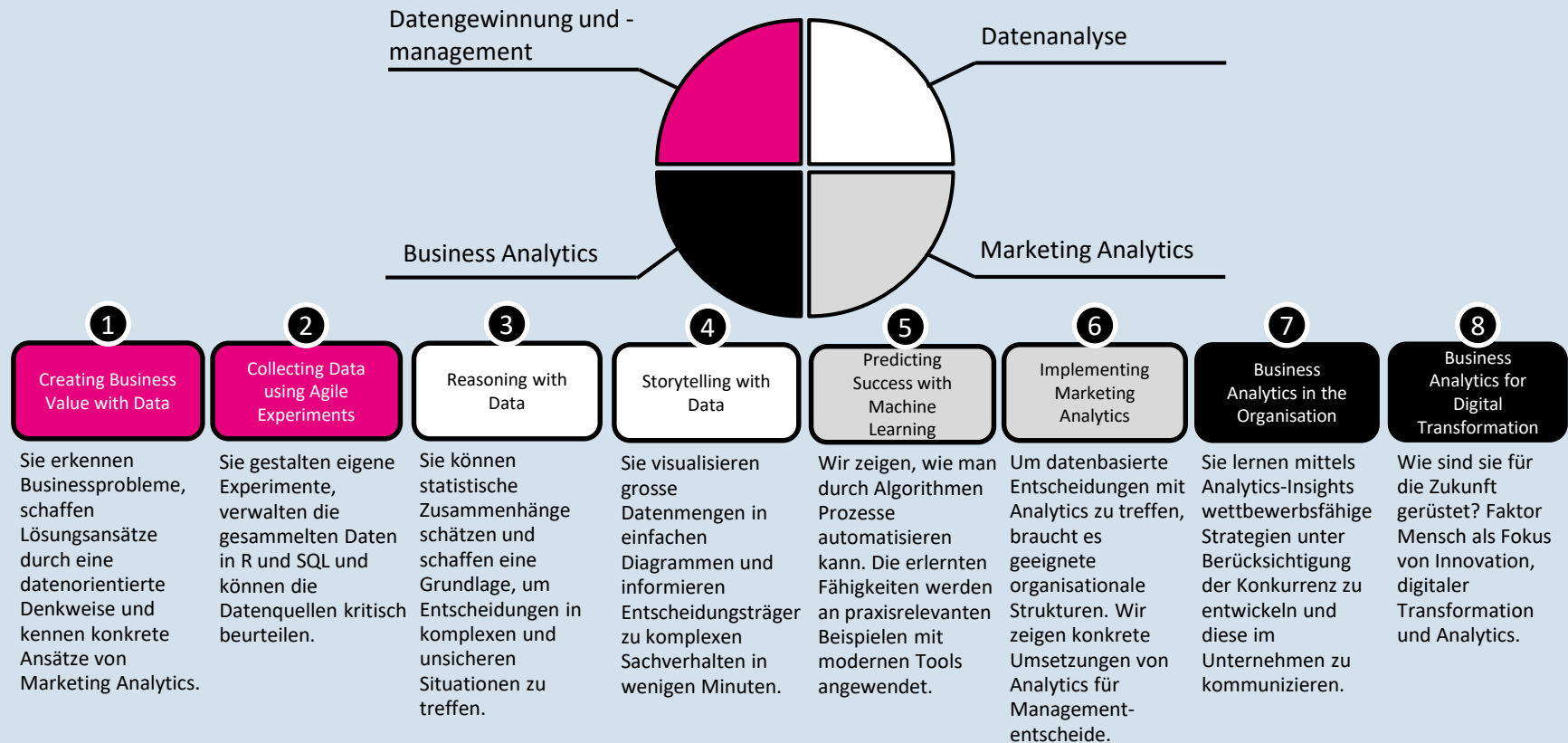
- **Certificate** of Advanced Studies in Business and Marketing Analytics der Universität Luzern
- **Übersichtlicher** und **umfassender** Überblick zu datengetriebenen Lösungsansätzen für konkrete Unternehmensprobleme
- Austausch mit international führenden Experten und Knüpfen von Businesskontakten

CAS in Business and Marketing Analytics: Aufbau



CAS in Business and Marketing Analytics: Modulübersicht

Der CAS umfasst 8 Module in ca. 6 Monaten und vereint alle relevanten Aspekte, um datengetriebene Prozesse zur Entscheidungsfindung in Unternehmen zu implementieren.



CAS in Business and Marketing Analytics: Dozierende

Unser Expertenteam ist für Sie da und hilft Ihnen bei allen Fragen und Herausforderungen



Prof. Dr. Reto Hofstetter

Experte in Marketing und Innovation

- Ordentlicher Professor in Digital Marketing, Universität Luzern
- Direktor des IMA, Universität Luzern



Prof. Dr. Leif Brandes

Experte in Marketing und Strategie

- Ordentlicher Professor in Marketing & Strategie, Universität Luzern
- Mitglied der Institutsleitung IMA, Universität Luzern



Prof. Dr. Lukas Schmid

Experte in Empirical Methods

- Ordentlicher Professor für Empirische Methoden, Universität Luzern
- Mitglied der Institutsleitung IMA, Universität Luzern



Dr. Klaus Miller

Experte in Quantitativem Marketing

- Assistenzprofessor in Quantitativem Marketing, Goethe Universität Frankfurt am Main, Deutschland
- Head of Business Intelligence und Analytics bei Ringier AG (Zürich) von 2011-2015



Dr. Massimo Mannino

Experte in Big Data and Machine Learning

- Dozent in Business Intelligence und Machine Learning, Universität Zürich und Universität Luzern
- Co-Gründer von Novalytica AG, Datacareer und Alphaprop