

Die Kunst der Innovation

Von der Idee zum Erfolg

Dieses Buch beantwortet die Frage danach, wie eine Idee zu einer Innovation und zu einem Erfolg am Markt wird. Autoren und Herausgeber untersuchen dabei alle wichtigen Soft- und Hardfacts. "Innovation" ist eine Schlüsselkompetenz für alle Unternehmen, die sich mit zunehmender Geschwindigkeit neuen und meist globalen bzw. vernetzten Herausforderungen stellen. Innovationen im Produkt- und Dienstleistungsbereich stellen lediglich einen Bereich des Innovationsspektrums dar. Gleichbedeutend sind mittlerweile Prozess- und Geschäftsmodellinnovationen. Der Mensch als Ideenschöpfer und Initiator von Ideenprozessen wird im Innovationsmanagement häufig zu wenig berücksichtigt, obwohl er letztlich der einzige Ansatzpunkt ist, um Neues hervorzubringen bzw. Wandel einzuleiten. Oft ist es notwendig, die Motivfrage und die grundsätzlichen „Warums“ zu klären, damit ein Boden für Innovation entstehen kann, auf dem die Samen neuer Ideen ausgesät werden können. Organisatorische Rahmenbedingungen und eine Organisation, die lernt, sind die Basis für ein Klima, das Neues hervorbringen und gedeihen lassen kann. Die Inhalte dieses Buches sind eine Mischung aus Anwendungsnähe, wissenschaftlicher Erkenntnis und Zukunftscompatibilität. Ausgehend von den mannigfachen Problemstellungen um das Thema Innovation machen Wissenschaftler, Praktiker und Querdenker ihren aktuellen Erkenntnisstand sichtbar.

Die Kunst der Innovation Dieses Buch beantwortet die Frage danach, wie eine Idee zu einer Innovation und zu einem Erfolg am Markt wird. Autoren und Herausgeber untersuchen dabei alle wichtigen Soft- und Hardfacts. „Innovation“ ist eine Schlüsselkompetenz für alle Unternehmen, die sich mit zunehmender Geschwindigkeit neuen und meist globalen bzw. vernetzten Herausforderungen stellen. Sowohl stetig lernende Menschen als auch geeignete organisatorische Rahmenbedingungen sind die Basis für ein Klima, das Neues hervorbringen und gedeihen lassen kann. Beides steht im Mittelpunkt dieses Buches. Die Inhalte sind eine Mischung aus Anwendungsnähe, wissenschaftlicher Erkenntnis und Zukunftscompatibilität. Ausgehend von den mannigfachen Problemstellungen um das Thema Innovation machen Wissenschaftler, Praktiker und Querdenker ihren aktuellen Erkenntnisstand sichtbar. Der Inhalt - Strategische Aspekte des Innovationsmanagements - Megatrends bezeugen den Wandel - Vom zähen Bohren dicker Bretter - Erfolgreiche Integration der TRIZ-Philosophie in der Produktentwicklung Die Herausgeber Peter Granig ist seit 2005 Professor für Betriebswirtschaft und Innovationsmanagement an der Fachhochschule Kärnten. Zuvor war er viele Jahre in internationalen Unternehmen in den Bereichen Business Development und Innovationsmanagement tätig. Erich Hartlieb ist seit 2009 Professor für Innovations- und Technologiemanagement an der Fachhochschule Kärnten. Davor war er als Strategie- und Innovationsberater für Konzerne und Mittelstandsbetriebe tätig.



44,99 €
42,05 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783834934321
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8349-3432-1
Verlag: Gabler Verlag
Erscheinungstermin: 07.08.2012
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2012
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 345 g
Seiten: 183
Format (B x H): 168 x 240 mm

