

Zarządzanie innowacjami w organizacji

- Kierunek - studia podyplomowe

Online 2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

Studia w formule online (synchronicznie).

Nową wiedzę i umiejętności zdobywasz, dzięki zajęciom realizowanym na platformie MS Teams. Z wykładowcami i uczestnikami studiów kontaktujesz się przez internet, w czasie rzeczywistym (synchronicznie). W zajęciach uczestniczysz w weekendy, zgodnie z ustalonym harmonogramem zjazdów.

Kierunek, który Cię interesuje jest efektem współpracy Uniwersytetów WSB Merito z Poznania, Szczecina, Chorzowa i Warszawy. Dzięki temu na zajęciach online spotkasz się z uczestnikami i wykładowcami z innych miast.

Gwarantujemy pełną zgodność z przepisami prawa i najwyższe standardy edukacyjne.

Badanie przeprowadzone przez Boston Consulting Group, wykazało, że firmy z wysokim wskaźnikiem innowacyjności wykazują średnio o 20% wyższe przychody niż ich konkurenci. Nie dziwi fakt, że w 2020 roku Apple wydało ponad 18 miliardów dolarów na R&D (badania i rozwój), a Google ponad 26 miliardów dolarów.

Polska zajmuje solidne 36. miejsce na łącznej liście 132 krajów pod względem innowacyjności. Jednak statystyki są nieubłagane, wskaźnik sukcesu nowych produktów na rynku szacowany jest na około 10-20%.

Jak zwiększyć szanse na powodzenie? Dzięki 3 x W - wiedzy, weryfikacji i współpracy. Na tych trzech biznesowych filarach zostały oparte studia „Zarządzanie innowacjami”. Jednym zdaniem, aby wiedzieć co tworzyć, zweryfikować założenia, czy klient za to zapłaci i mądrze współpracować, aby projekt ujrzał światło dzienne.

Celem studiów jest przygotowanie absolwentów do pełnienia roli liderów w dziedzinie innowacji, którzy potrafią

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

skutecznie identyfikować, rozwijać i wdrażać innowacje, prowadząc swoje organizacje na drodze trwałego rozwoju i zyskania przewagi rynkowej.

Tok studiów zakłada dostarczenie kompleksowej wiedzy i umiejętności niezbędnych do skutecznego zarządzania procesami innowacyjnymi w firmach.

Wymiar praktyczny, przekrojowy przenika cały program, promując efektywne podejście biznesowe, rynkowe i współpracę zespołową.

Kładzie nacisk na zrozumienie istoty innowacji jako kluczowego czynnika sukcesu oraz zdobycia praktycznych, gotowych do zastosowania narzędzi i strategii, które pozwolą sprawnie wprowadzać innowacje.

Słuchacze zespółą wiele etapów i aspektów tworzenia innowacji. Zostanę wyposażeni w szeroki zakres kompetencji, poczynszý od zrozumienia istoty innowacji, poprzez analizę strategiczną i badania marketingowe, aż do praktycznego wdrożenia nowoczesnych metod generowania i komercjalizacji innowacji.

A wszystko po to, aby zyskać przewagę opartą na wiedzy, zrozumieniu klienta, wykorzystania luk, potencjału rynku, co przyniesie znacznie lepszy efekt niż konkurowanie ceną.

Jeśli jesteś zainteresowany studiami podyplomowymi i chcesz dowiedzieć się więcej zostaw do siebie kontakt! Wypełnij formularz, a my skontaktujemy się z Tobą.

ZOSTAW KONTAKT

Co zyskujesz?

Zdobędziesz dogłębną wiedzę na temat różnych aspektów innowacji w organizacjach, obejmującą zarówno teorię, jak i praktykę.

Pozyskasz wiedzę na temat różnych rodzajów innowacji oraz ich celów, włączając innowacje technologiczne, marketingowe, procesowe i zarządcze.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Zrozumiesz znaczenie analiz strategicznych, takich jak SWOT, analiza PEST, model 5 sił Portera oraz macierz BCG.

Nabędziesz wiedzę na temat psychologii współczesnego klienta i technik tworzenia propozycji wartości dla klienta.

Zdobędziesz zrozumienie procesu komercjalizacji innowacji oraz różnych modeli biznesowych stosowanych w tym procesie.

Uzyskasz wgląd w nowoczesne trendy i technologie, takie jak sztuczna inteligencja czy analiza Big Data, oraz ich zastosowanie w procesach innowacyjnych.

Pozyskasz wiedzę na temat różnych modeli finansowania innowacji oraz technik pozyskiwania środków na realizację projektów innowacyjnych.

Będziesz miał zrozumienie globalnych aspektów innowacji, włączając międzynarodową współpracę badawczo-rozwojową oraz wymianę najlepszych praktyk z różnych kultur i rynków.

Nabędziesz wiedzę na temat wpływu innowacji na zrównoważony rozwój, włączając ekologiczne i społeczne aspekty innowacyjności.

Zdobędziesz umiejętność identyfikacji i analizy potrzeb rynkowych oraz możliwości innowacyjnych.

Nabędziesz umiejętności przeprowadzania różnorodnych badań marketingowych oraz interpretacji wyników.

Posiędziesz umiejętność stosowania nowoczesnych metod generowania innowacji, takich jak burza mózgów czy design thinking.

Rozwiniesz umiejętności budowania kultury organizacyjnej sprzyjającej innowacjom oraz współpracy między działami.

Uzyskasz umiejętność planowania i realizacji skutecznych strategii marketingowych oraz komercjalizacji innowacji.

Uzyskasz umiejętność wprowadzania pozytywnych zmian w kulturze organizacyjnej, sprzyjających innowacyjności.

Zdobędziesz umiejętność efektywnego współdziałania z różnymi zespołami w celu generowania innowacyjnych pomysłów.

Uzyskasz umiejętność wykorzystania innowacji jako narzędzia wspierającego rozwój społeczny i ekonomiczny.

Posiędziesz umiejętność kreowania innowacyjnych rozwiązań odpowiadających na potrzeby społeczności lokalnych i globalnych.

Dla kogo?

Przedsiębiorcy z technicznym wykształceniem: Osoby prowadzące własne startupy lub firmy z sektora produkcyjnego, technologicznego, które chcą zwiększyć swoją przewagę konkurencyjną poprzez komercjalizację swoich pomysłów, tak aby konkurować w oparciu o wiedzę, a nie tylko cenę.

Specjaliści ds. marketingu, Marketing Managerowie chcący rozwijać karierę: Osoby z doświadczeniem w marketingu, które widzą szansę rozwoju w kierunku zarządzania innowacjami lub marketingu strategicznym.

Pracownicy działów badań i rozwoju (R&D): Osoby pracujące nad badaniami naukowymi i rozwojem

technologicznym w firmach, które chcą lepiej zrozumieć procesy rynkowe, marketingowe zmierzające do komercjalizacji innowacji.

Specjaliści ds. innowacji i rozwoju produktu: Osoby, które mają doświadczenie w zarządzaniu procesami innowacyjnymi, chcące usystematyzować i pogłębić wiedzę.

Product Managerowie, Brand Managerowie z technicznym wykształceniem: Specjaliści, inżynierowie pracujący jako Product Managerowie lub w dziale rozwoju produktu, które chcą poszerzyć swoje umiejętności o zrozumienie klienta, potencjału rynku, aspektów marketingowych, aby skuteczniej zarządzać innowacją.

Specjaliści ds. zarządzania projektami zainteresowani obszarem innowacji: Osoby pracujące jako Project Managerowie, które chcą poszerzyć swoje kompetencje o zarządzanie innowacyjnymi projektami, rozpoznawaniem potrzeb klientów i wprowadzaniem nowych rozwiązań na rynek.

Konsultanci strategiczni: Osoby świadczące usługi doradcze dla firm w zakresie rozwoju strategii biznesowych, które chcą poszerzyć swoją wiedzę o procesy innowacyjne i wspierać klientów w ich implementacji.

Absolwenci technicznych kierunków: Osoby posiadające techniczne wykształcenie, które pragną rozwijać się w obszarze zarządzania innowacjami poprzez rozpoznawanie potrzeb klientów, rozumienie psychologii klienta i procesów komercjalizacji.

Specjaliści ds. CSR (Corporate Social Responsibility): Osoby pracujące w obszarze CSR, które pragną wykorzystać innowacje do rozwijania programów społecznych i ekologicznych w firmach.

Pracownicy sektora publicznego i organizacji pozarządowych: Osoby pracujące w sektorze publicznym lub organizacjach pozarządowych, które chcą wykorzystać innowacje do rozwiązywania społecznych i ekologicznych problemów.

Absolwenci zarządzania, psychologii biznesu: Osoby, które ukończyły studia w obszarze zarządzania, psychologii biznesu lub ekonomii behawioralnej, pragnące poszerzyć swoją wiedzę i zyskać perspektywiczną specjalizację lidera innowacji.

Korzyści:

Rozwinięcie kompetencji innowacyjnych: Studia umożliwiają uczestnikom zdobycie wszechstronnej wiedzy na temat procesów innowacyjnych, ułatwiając im identyfikację, ocenę i wdrażanie innowacji w praktyce biznesowej.

Zwiększenie atrakcyjności na rynku pracy, rozwoju kariery zawodowej: Posiadanie kwalifikacji z zakresu zarządzania innowacją może znacząco zwiększyć atrakcyjność uczestników na rynku pracy, otwierając nowe możliwości kariery i awansu zawodowego, zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego. Studia są przekrojowe, mają na celu zaszczepić managerski tok myślenia.

Wsparcie dla rozwoju organizacji: Uczestnicy studiów są w stanie przekształcić wiedzę i umiejętności zdobyte podczas programu w praktyczne strategie innowacyjne, co może przyczynić się do rozwoju i sukcesu ich organizacji. Dane, które pokazują bezpośrednią korelację wskaźnika innowacyjności z poziomem rentowności firm, są jednoznaczne.

Zrozumienie potrzeb klientów: Studia podyplomowe "Zarządzanie Innowacją" kładą duży nacisk na klientocentryczne podejście do innowacji, co pozwala uczestnikom lepiej zrozumieć i odpowiadać na

potrzeby współczesnych klientów. Dzięki temu firmy mogą konkurować w oparciu o wartości, nie tylko ceną.

Eksperckie podejście do analizy strategicznej: Uczestnicy studiów zdobywają umiejętność przeprowadzania zaawansowanych analiz strategicznych, co pozwala im identyfikować obszary optymalnego potencjału innowacyjnego i tworzyć efektywne strategie innowacyjne. Organizacjom pozwoli to przeanalizować zasadność i opłacalność projektu, zanim zostaną poniesione nakłady finansowe, czy zaangażowane zasoby ludzkie.

Stymulowanie kreatywności i innowacyjności: Studia wspierają rozwój kreatywności i innowacyjności poprzez stosowanie różnorodnych metod generowania innowacji, takich jak burza mózgów, design thinking czy sztuczna inteligencja. Studia stawiają nacisk na współpracę, innowacja nie powstaje przy jednym biurku, wymaga zaangażowania i scalenia prac wielu specjalistów.

Wprowadzenie zmian kulturowych w organizacji: Ukończenie studiów może przyczynić się do budowy kultury organizacyjnej sprzyjającej innowacjom, co może prowadzić do zwiększenia zaangażowania pracowników i poprawy efektywności działania firmy.

Zarządzanie ryzykiem i finansowanie innowacji: Studia podyplomowe przygotowują uczestników do skutecznego zarządzania ryzykiem związanym z procesem innowacji oraz pozyskiwania finansowania na realizację projektów innowacyjnych.

Program studiów

Program studiów na kierunku Zarządzanie innowacjami w organizacji:



Liczba miesięcy nauki:
10



Liczba godzin: **160**



Liczbajazdów: **10**



Liczba semestrów: **2**

Co to jest Innowacja i co ma dawać organizacji, jakie są cele i rodzaje innowacyjności? (16 godz.)

Ujęcie procesowe – dlaczego tak ważne są innowacje?

Ujęcie technologiczne – jak pracować nad innowacjami, skąd czerpać pomysły

Ujęcie marketingowe – jak weryfikować gotowość rynku i klienta

Ujęcie zarządcze – kiedy jest zadowolony właściciel firmy z innowacji

Jakie są cele innowacji: finansowy, wizerunkowy, budowanie marki, procesy akwizycyjne (M&A)

Analizy strategiczne – na jakim gruncie tworzyć innowacje? Jaki jest rynek i gdzie znajdujemy na nim przestrzeń (24 godz.)

Analizy strategiczne – na jakim gruncie tworzyć innowacje? Jaki jest rynek i gdzie znajdujemy na nim przestrzeń, lukę,

możliwości?

Analiza potrzeb rynkowych, koncepcje problem – rozwiązanie
Analiza SWOT
Analiza PEST
Model 5 sił Portera
Macierz BCG

Klientocentryzm w zarządzaniu innowacjami - klient w sercu procesu innowacji (16 godz.)

Psychologia współczesnego klienta XXI w.
Pułapki klientocentryczne – uwaga na technikalnia, które są dalekie odbiorcy np. mnożenie cech produktu, podejście inżynierskie
Value Proposition Canvas – propozycja wartości dla klienta, kreowanie ich na kanwie Osterwaldera – warsztat z przepracowaniem kanwy
USP – MVP – UVP - minimum viable product (MVP) unique value proposition (UVP) – definiowanie wartości
Krzywa adaptacji innowacji przez odbiorców – szanse i zagrożenia w procesie urynkwienia innowacji

Badania marketingowe – praktyczne spojrzenie (16 godz.)

Insighty konsumenckie
Badania jakościowe – wywiady, focusy
Badania ilościowe – ankiety, CAWI, CATI
Narzędzia współczesnego badacza – aplikacje wspomagające, narzędzia AI

Nowoczesne metody wypracowywania innowacji (16 godz.)

Burza mózgów
Design thinking
Service design
AI – sztuczna inteligencja i jej adaptacja w proces innowacji
Inne typu lean, scrum itd. – kilka narzędzi

Kultura innowacji w organizacji (16 godz.)

Kultura organizacyjna innowacyjna, kreatywność, inteligencja i proces uczenia się i kultury współpracy
Skrzynki pomysłów i inne narzędzia innowacyjne
Synergia działań międzydziałowa – kto powinien przewodzić innowacyjnym działaniom?
Revenue team – poszukiwanie wartości dla klienta procesem ciągłym
Badanie kultury innowacyjności w przedsiębiorstwie – modele DOCS, MOCM, CVM

Marketing i zarządzanie (16 godz.)

Strategia marketingowa

Model 5xW i przewagi konkurencyjne

Komunikacja innowacji na rynku, storytelling – proces budowania narracji

Persony – do kogo kierujemy innowację?

RTB – reasons to believe, dlaczego odbiorcy mają nam uwierzyć i pokochać produkt

Marka – jaki rodzaj wybrać działań? Love brands na przykładach marek zaawansowanych technologicznie

Przegląd narzędzi – gdzie i jak wypromować innowację: od public relations przez social media po współpracę z autorytetami i budowaniem zasięgu

Wskaźniki marketingowe

Komercjalizacja innowacji (16 godz.)

Sky-lab proces, prototypowanie, walidowanie

Portfel projektów innowacyjnych – jak wygląda zdrowy podział, wersje freemium, premium

Kto to kupi i za ile? O sprzedaży, finansach i modelach działania

Skimming strategy – jesteśmy pierwsi, jak długo? O modelach pricingowych

Echo innowacyjne – budowanie wizerunku innowacyjnego

Zarządzanie ryzykiem w procesie kreowania innowacji

Cykl PDCA w zarządzaniu innowacją – wyciąganie wniosków z niesatysfakcjonujących projektów

Finansowanie innowacji (16 godz.)

Monitorowanie i ocena wyników innowacyjnych, stosowania metryk innowacyjności oraz oceny skuteczności strategii innowacyjnych

Pozyskiwanie dofinansowania – projekty, wydarzenia

Współprace B+R z jednostkami badawczymi

Pozyskiwanie inwestorów i przygotowanie do procesu, prezentacja projektowa

Budżet plan innowacji

Seminarium (8 godz.)

Seminarium

Warunki zaliczenia

Obecność na 80% zajęć (8 zjazdów/10)

Projekt zaliczeniowy – stworzenie i obronienie projektu innowacji przed wirtualnym inwestorem

Projekt powinien być przygotowany zgodnie z wytycznymi, zawierać elementy obowiązkowe i fakultatywne poznane na poszczególnych modułach programu studiów np. strategia marketingowa, budżet, czy też zespół innowacyjny.

Wytyczne do projektu zostaną omówione.

Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 31 lipca, zyskujesz 800 zł, dzięki:

400 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,

400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 31 lipca
czesne już od
207 zł ~~230 zł~~
miesięcznie

Ceny dla kandydatów

Studia to inwestycja, która się zwraca

Na Uniwersytecie WSB Merito szanujemy Twój czas i pieniądze, dlatego o finansach mówimy otwarcie. Nie mnożymy dodatkowych opłat, nie przemycamy małym druczkiem ukrytych kosztów. U nas wiesz dokładnie, za co płacisz.

Studia podyplomowe to inwestycja, która zwraca się już w ich trakcie, w postaci nowych umiejętności i kontaktów, które owocują w biznesie. Wybierz studia podyplomowe na naszej uczelni i przekonaj się na własnym przykładzie, jak inwestować w siebie, aby czerpać z tego korzyści teraz i w przyszłości.

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5550 zł 5950 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2865 zł 3065 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	590 zł 630 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	501 zł 535 zł

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między warszawa a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Ceny dla absolwentów WSB i WSB Merito

Niestacjonarne - Gwarantowane czesne stałe

	Rok nauki	Czesne
1 rata	1 rok	5350 zł 5950 zł

	Rok nauki	Czesne
2 raty	1 rok	2765 zł 3065 zł

	Rok nauki	Czesne
10 rat	1 rok	570 zł 630 zł

	Rok nauki	Czesne
12 rat	1 rok	485 zł 535 zł