

Seminararbeit

am

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und
Besondere des Marketing und des Innovationsmanagement
Professor Dr. Daniel Baier

Brandenburgische Technische Universität Cottbus
Fakultät für Maschinenbau, Elektrotechnik und Wirtschaftsingenieurwesen
Institut für Wirtschaftswissenschaften

Der Einfluss des Innovationsgrades auf das Management und den Erfolg von Innovationsprozessen

Eingereicht von:

Name, Vorname, Matr.-Nr.

Name, Vorname, Matr.-Nr.

Name, Vorname, Matr.-Nr.

Name, Vorname, Matr.-Nr.

Betreut von:

.....

eMail: ... [eine eMail-Adresse für die Gruppe]

Ort, Datum

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	II
Tabellenverzeichnis.....	III
1. Einleitung.....	1
2. Die Definition von Innovation und Erfolg.....	2
2.1 Der Begriff Innovation.....	2
2.1.1 Dimensionen von Innovation.....	2
2.1.2 Messung des Innovationsgrades.....	2
2.2 Die Bestimmung des Erfolgs von Innovationen.....	3
3. Der Innovationsgrad als Einflussfaktor auf den Erfolg von Innovationsprozessen.....	5
3.1 Darstellung bestehender Ansätze und Untersuchungen.....	5
3.1.1 Übersicht bestehender Ansätze.....	5
3.1.2 Vergleichende Betrachtung ausgewählter Ansätze.....	5
3.2 Diskussion ausgewählter Ansätze.....	6
3.3 Alternative Modelle und Untersuchungsmethoden.....	6
4. Die Steuerung von Innovationsprozessen durch das Management.....	7
4.1 Integration des Managements in Innovationsprozesse.....	7
4.2 Der Einfluss des Top-Managements.....	7
5. Zusammenfassung.....	8
Literaturverzeichnis.....	IV

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Schematischer Zusammenhang von Innovationsstrategie, Prozess und Erfolg 3

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Unterscheidung von Innovationen	2
---	---

Literaturverzeichnis

Droge, Cornelia; Calantone, Roger; Harmancioglu; Nukhet (2008): New Product Success: Is it Really Controllable by Managers in Highly Turbulent Environments?, in: Journal of Product Innovation Management, 25 (3), 272-286.

Hüttner, Manfred; Heuer, Kai R. (2004): Betriebswirtschaftslehre, 3. Aufl., München.

Kleinschmidt, Elko J.; Cooper, R. G. (1991): The Impact of Product Innovativeness on Performance. In: Journal of Product Innovation Management, 8 (4), 240-251.

Schlaak, Thomas M. (1999): Der Innovationsgrad als Schlüsselvariable: Perspektiven für das Management von Produktentwicklungen, Wiesbaden.

