



European Certification &
Qualification Association

European Certification and Qualification Association

Piaristengasse 1, A-3500 Krems , Österreich

Tel.: +43 (0)316 815910

Fax.: +43 316 815912

www.ecqa.org

info@ecqa.org

ECQA Zertifiziertes Expertentraining für Valorisierung (VALO)

Skills Card – Endversion 2013-03-17

Autoren:

<AB, FK, VK, KS, : ATEI>

<RB, CL: FHJ>

<MNA, MNI: VY>

<EG, GA: MDX>

<AC, RM: ISCN>

Reviews:

<Review-1: Peer-review>

<Review-2: KS ATEI>

<Review Industrie: TCCI, EuroSPI>

<Fertigstellung: CL: FHJ, MNA: VY>

<Review durch Native Speaker: AC: ISCN>



Anleitung für Autoren

Die Inhalte einer Skills Card werden bei der ECQA zu unterschiedlichen Zwecken verwendet:

- zur Beschreibung des Berufsbildes in Disseminierungsmaterialien und auf der ECQA-Webseite,
- zur Strukturierung des ECQA-Lernportals,
- zur Gestaltung der Zertifikate für Teilnehmer und Teilnehmerinnen, etc.

Es ist daher ausschlaggebend, dass die zur Verfügung gestellte Information exakt wie in dieser Vorlage beschrieben, zur Verfügung gestellt wird.

Die Struktur soll den Regeln zum modularen Aufbau der ECQA für Berufe entsprechen.

- **Einheiten** – Die Inhalte sollen in logische Themengebiete unterteilt werden - Einheiten. Die Anzahl der Einheiten soll außerdem in der Komplexität der Prüfungen widerspiegelt werden, somit soll die Anzahl der Einheiten zwischen 3 und 7 liegen.
- **Elemente** – jede Einheit ist ferner in Elemente unterteilt. Die empfohlene Anzahl der Elemente liegt ebenso zwischen 3 und 7.
- **Leistungskriterien** sind konkrete Fähigkeiten/Kenntnisse, die im Zuge eines bestimmten Elements erworben werden sollen. Die empfohlene Anzahl der Leistungskriterien liegt ebenso zwischen 3 und 7.

Für jedes Berufsbild soll eine kurze Kennung bestehend aus 3 Zeichen festgelegt werden. Diese Kennung wird dann auf den Zertifikaten vermerkt, etc. Beispiel: VAL für Valorisierungsexperte, MAN für EU-Projektmanager, etc. Die Verfügbarkeit der Berufskennung muss bei der ECQA geprüft werden.



Inhalt der Skills Card

Inhalte

VAL.U1 Verständnis der Bedeutung von Valorisierung von Innovationen und Projektergebnissen.....	8
VAL.U1.E1 Einführung in die Valorisierung (Begriffe: breite und tiefe Disseminierung – Verwertung: Nachhaltigkeit, Wertschöpfung und Mainstreaming)	8
• VAL.U1.E1.PC1 Die Studierenden können die Konzepte Valorisierung, Disseminierung, Verwertung und Nachhaltigkeit sowie Wertschöpfung und Mainstreaming erklären und unterscheiden	9
• VAL.U1.E1.PC2 Die Studierenden erkennen Valorisierungskonzepte in Fallstudien ..	9
• VAL.U1.E1.PC3 Die Studierenden können Valorisierungskonzepte erkennen und geeignete Konzepte für europäische Projekte anwenden.....	9
• VAL.U1.E1.PC4 Die Studierenden können Finanzpläne für Valorisierungskonzepte für europäische Projekte aufstellen	9
VAL.U1.E2 Innovation.....	10
• VAL.U1.E2.PC1 Die Studierenden wissen, was Innovation ist und warum sie wichtig für Valorisierungsmaßnahmen im Projektmanagement ist.....	10
• VAL.U1.E2.PC2 Die Studierenden können Innovationsprozesse nachvollziehen.	10
• VAL.U1.E2.PC3 Die Studierenden verstehen Innovation als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung	11
• VAL.U1.E2.PC4 Die Studierenden kennen die Arten von Innovationen (z.B. Produktinnovation, Dienstleistungsinnovation, Organisationsinnovation, Finanzinnovation, Marketinginnovation etc.)	11
• VAL.U1.E2.PC5 Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kontinuierlichen und radikalen Innovationsprozessen.....	11
VAL.U2 Disseminierung	12
VAL.U2.E1 Breite und tiefe Disseminierung.....	12
• VAL.U2.E1.PC1 Die Studierenden verstehen die Konzepte der breiten und tiefen Disseminierung.....	12
• VAL.U2.E1.PC2 Die Studierenden können interessierte Zielgruppen und Partnerschaften zur Weitergabe für breite und tiefe Disseminierungsmaßnahmen analysieren und definieren	12
• VAL.U2.E1.PC3 Die Studierenden können Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung, die eine kritische Masse an Interessen herstellen, wie z.B. Konferenzen und Workshops, planen und organisieren	13
• VAL.U2.E1.PC4 Die Studierenden können Verteilungsnetzwerke zur Förderung der Implementierung von Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung in ganz Europa sowie weltweit aufbauen	13
• VAL.U2.E1.PC5 Die Studierenden verstehen den Stellenwert von Vermarktungsmaterialien, die auf breite und tiefe Disseminierung abzielen.....	13
VAL.U2.E2 Disseminierungsstrategie	14
• VAL.U2.E2.PC1 Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Entwicklung einer geeigneten Disseminierungsstrategie	14



• VAL.U2.E2.PC2 Die Studierenden können einen Disseminierungsplan entwickeln .	14
• VAL.U2.E2.PC3 Die Studierenden können die Durchführung eines Disseminierungsplans unter Einsatz eines Fallbeispiels einleiten	15
• VAL.U2.E2.PC4 Die Studierenden können den Grad der Strategieerfüllung, des Erfolgs und der Leistung von Disseminierungsmaßnahmen bewerten und messen	15
VAL.U3 Verwertung	15
VAL.U3.E1 Creating Stakeholder Value	15
• VAL.U3.E1.PC1 Die Studierenden können zwischen Qualitäts- und Werterwartung verschiedener Stakeholder unterscheiden	16
• VAL.U3.E1.PC2 Die Studierenden können einen situationszentrierten Wertbegriff einsetzen, um den relativen Stellenwert für verschiedene Stakeholder zu analysieren	16
• VAL.U3.E1.PC3 Die Studierenden können ihr Wissen über den Wert für Stakeholder sowohl intern als auch extern vermitteln und übertragen.....	16
VAL.U3.E2 Nachhaltigkeit	17
• VAL.U3.E2.PC1 Die Studierenden verstehen, dass Nachhaltigkeit einen wesentlichen Bestandteil eines jeden Projektplans darstellt	17
• VAL.U3.E2.PC2 Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Nachhaltigkeitsstrategien für die kontinuierliche Rückgabe an Wert an den Stakeholder	18
• VAL.U3.E2.PC3 Die Studierenden können notwendige Verhaltensmerkmale (z.B. Fortsetzung der Bemühungen, Betreuung und Anpassungsfähigkeit) der Projektteilnehmer und Projektteilnehmerinnen sowie Umfeldfaktoren für erfolgreiche und messbare Verbreitung erkennen.....	18
• VAL.U3.E2.PC4 Die Studierenden können Pläne zur Messung der Nachhaltigkeit aufstellen, die die Förderung der Ergebnisse auch nach Abschluss des Projekts sicherstellen	19
VAL.U3.E3 Mainstreaming	19
• VAL.U3.E3.PC1 Die Studierenden wissen, wie horizontales und vertikales Mainstreaming umgesetzt wird	19
• VAL.U3.E3.PC2 Die Studierenden können eine effiziente Mainstreaming-Strategie erstellen und umsetzen.....	20
• VAL.U3.E3.PC3 Die Studierenden können Leistung und Wirkungsgrad des Mainstreamings evaluieren.....	20
VAL.U3.E4 Verwertungsstrategie	21
• VAL.U3.E4.PC1 Die Studierenden verstehen das Konzept der Verwertung sowie die Unterschiede zwischen Verwertung und Disseminierung	21
• VAL.U3.E4.PC2 Die Studierenden haben Kenntnis der kritischen Erfolgsfaktoren und –kriterien zur erfolgreichen Verwertung von Projektergebnissen	21
• VAL.U3.E4.PC3 Die Studierenden sind in der Lage, eine vollständige Strategie zur Projektverwertung aufzustellen und umzusetzen	22
VAL.U4 Valorisierungsmethoden	22
VAL.U4.E1 Verbreitung	22
• VAL.U4.E1.PC1 Die Studierenden verstehen die Herausforderungen bei der Verbreitung von Innovationen.....	23



• VAL.U4.E1.PC2 Die Studierenden verstehen die Phasen der Innovationsanpassung	23
• VAL.U4.E1.PC3 Die Studierenden verstehen die Einflussfaktoren für die Anpassung	23
• VAL.U4.E1.PC4 Die Studierenden verstehen die Entscheidungsfindung der Innovationsanpassung	23
VAL.U4.E2 Kommunikation mit potenziellen Stakeholdern	23
• VAL.U4.E2.PC1 Die Studierenden verstehen die wesentlichen Merkmale des Kommunikationsprozesses	24
• VAL.U4.E2.PC2 Die Studierenden verstehen den Einfluss der Organisationsmerkmale auf die Kommunikation	24
• VAL.U4.E2.PC3 Die Studierenden verstehen die Herausforderungen und Schwierigkeiten von Kommunikation	24
VAL.U4.E3 Valorisierungskanäle	24
• VAL.U4.E3.PC1 Die Studierenden können zwischen formeller und informeller Valorisierung unterscheiden	24
• VAL.U4.E3.PC2 Die Studierenden können die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle erkennen	25
• VAL.U4.E3.PC3 Die Studierenden wissen, wie sie die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle einsetzen können	25
VAL.U4.E4 Instrumente zur Valorisierung (Clusterbildung, »Open Innovation«)	25
• VAL.U4.E4.PC1 Die Studierenden können wissenschaftliche Publikationen aufbereiten und wissen, wie sie effektive Präsentationen zu Ergebnissen und bewährten Handlungsmethoden erstellen	26
• VAL.U4.E4.PC2 Die Studierenden verstehen, welchen Wert es hat Teil einer Gruppe oder eines Netzwerkes zu sein – den daraus resultierenden Nutzen, die Wirksamkeit und Vorteile	26
• VAL.U4.E4.PC3 Die Studierenden haben Kenntnis von traditionellen Kommunikationsmedien und "Open Innovations"	26
• VAL.U4.E4.PC4 Die Studierenden entwickeln ein Bewusstsein für die Kernprinzipien digitaler Medien und deren Vorteile	26
• VAL.U4.E4.PC5 Die Studierenden wissen, was Öffentlichkeitsarbeit (PR) bedeutet und wie sie wirksame PR-Kampagnen organisieren können	27
VAL.U4.E5 Recht des Geistigen Eigentums	27
• VAL.U4.E5.PC1 Die Studierenden kennen die wichtigsten Aspekte des Rechts des Geistigen Eigentums	27
• VAL.U4.E5.PC2 Die Studierenden kennen Techniken zur Bewertung des Rechts des Geistigen Eigentums	28
• VAL.U4.E5.PC3 Die Studierenden können das Recht des Geistigen Eigentums durch Auslizenzierung kommerzialisieren	28



Inhalte

ECQA Zertifizierter Valorisierungsexperte

Jedes Projekt muss seine Ergebnisse valorisieren, um seine Leistungen zu maximieren und seine Nachhaltigkeit auch über seinen Entwicklungszeitraum hinaus zu erhöhen. Dies beinhaltet auch die Übertragung der Ergebnisse und der bewährten Handlungsmethoden in einen umfassenderen Kontext; die potenzielle Anpassung an die Bedürfnisse anderer; die Fortführung nach Beendigung des Finanzierungszeitraums; Einflüsse auf Politik und Praxis. Der Schwerpunkt liegt auf der Optimierung des Werts eines Projekts sowie auf der Verstärkung seines Einflusses.

Zahlreichen europäischen aber auch anderen Projekten fehlt es an einer durchdachten Valorisierungsstrategie. Scheinbar werden viele Projekte isoliert durchgeführt und ohne wesentliche Wirkung oder Bedeutung abgeschlossen. Zusätzlich herrscht auch ein Mangel an Fähigkeiten zur Durchführung von Valorisierungsmaßnahmen. Daher ist es von großer Bedeutung, dass ein zertifiziertes Trainingsprogramm für den zentralen Stakeholder eingeführt wird, um so die Valorisierung und die Nachhaltigkeit von Ergebnissen europäischer Projekte in naher Zukunft verbessern zu können.

Valorisierungsexperten erwerben Kenntnisse von:

- den Kernprinzipien der Valorisierung,
- der Identifizierung von Stakeholdern die für die Valorisierung von Bedeutung sind,
- Methoden zur Analyse der Angleichung von Geschäftsprozessen gemäß den Valorisierungsanforderungen,
- der Definition von Valorisierungsprozessen in Organisationen
- valorisierungsbezogenem Monitoring und relevanten Modellen zur Prüfung der Valorisierung,
- kontinuierlicher Verbesserung der Valorisierung, etc.

Das Trainingsprogramm zum ECQA Zertifizierten Valorisierungsexperten und die im Zuge des Programms erworbene Fähigkeit zur Umsetzung der Valorisierungsprinzipien in Organisationen, haben folgenden Nutzen:

- die Verbreitung von Projektergebnissen und Innovationen an relevante Stakeholder,
- die Verbesserung der Beziehungen mit den Stakeholdern,
- die Verbesserung von Innovationen durch Kontakte und Kooperationen mit verschiedenen Stakeholdern, und durch Auseinandersetzung mit Sichtweisen eines ganzheitlichen Ansatzes
- einen Beitrag zur langfristigen Existenzfähigkeit der Organisation leisten,
- die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Organisation hinsichtlich ihrer Mitbewerber und
- die Image- und Rufverbesserung der Organisation und die Steigerung des öffentlichen Vertrauens.

Die Fähigkeiten und Kenntnisse eines Valorisierungsexperten werden benötigt von:

- allen Arten von Organisationen (For-Profit- und Non-Profit Organisationen: Unternehmen, KMUs, Universitäten, NGOs etc.): zur Disseminierung von Innovations- und Projektergebnissen und zur Verbesserung des Einflusses und der Zusammenarbeit mit Akteuren aus Industrie und Gesellschaft,
- öffentlichen Einrichtungen: zur Disseminierung von Innovations- und Projektergebnissen an andere Organisationen auf regionaler Ebene/Staatsebene,
- verschiedenen nichtstaatlichen Einrichtungen in den Bereichen Forschung und Innovation sowie anderen Interessensgruppen (Studierende, Vereine, Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen): zur Schaffung von Kooperationen in Forschung und Entwicklung (F&E) etc.



Somit richtet sich das angebotene Trainingsprogramm vor allem an (angehende) Beteiligte der oben genannten Organisationen.

Berufsbild ECQA Zertifizierter Valorisierungsexperte

Heutzutage ist die Beteiligung eines Valorisierungsexperten im Projektmanagement notwendig, da zahlreiche europäische Projekte nicht über Methoden zur Disseminierung, Verwertung und Nachhaltigkeit verfügen, die nach Abschluss eines Projektes von Bedeutung sind. Arbeiten Projektmanager mit einem ECQA Zertifizierten Valorisierungsexperten zusammen, können sie hochqualitative Arbeit in den drei genannten Bereichen erwarten. So erhält das Projekt einen Mehrwert.

Daher sind dies die wesentlichen Zuständigkeitsbereiche eines Valorisierungsexperten im Projektmanagement:

- Entwicklung der Disseminierungs- und Verwertungsstrategien in Zusammenarbeit mit dem gesamten Projektteam
- Umsetzung der Disseminierungs- und Verwertungsstrategie
- Einführung von Maßnahmen zur Nachhaltigkeit der Projektergebnisse
- Abwicklung des Finanzmanagements der Valorisierungsmaßnahmen

Künftig wird dieses Berufsbild eine immer wichtigere Rolle im Projektmanagement einnehmen, da die Rentabilität eines Projekts für Auftraggeber an Bedeutung gewinnen wird und somit die Nachfrage nach Valorisierungsexperten in hohem Maße steigen wird.

Glossar

Valorisierung: Unter Valorisierung versteht man den Disseminierungs- und Verwertungsprozess von Projektergebnissen zur Erreichung der Erfüllung der Benutzeranforderungen mit dem Endziel, diese auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene in Ausbildungssysteme zu integrieren und in diesen einzusetzen.

Disseminierung: Disseminierung als „planmäßige Wiedergabe von Informationen über die Qualität, Relevanz und Wirksamkeit der Ergebnisse von Programmen und Initiativen an wichtige Akteure und Akteurinnen. Diese tritt ein, sobald die Ergebnisse von Programmen und Initiativen verfügbar sind.“

Verwertung: Verwertung bedeutet „Nutzbarmachung (einer Ressource)“. Obwohl ein Projekt sowohl als „Ganzes“ oder Einheit als auch als eigenständiges Produkt betrachtet wird, muss es auch als Ressource oder als Werkzeug angesehen werden, das in die Hände anderer gelegt wird. Verwertung wird in zwei verschiedene Kategorien unterteilt: Mainstreaming und Multiplikation.

Unter **Mainstreaming** versteht man “ die planmäßige Weiterleitung der Ergebnisse von Programmen und Initiativen an die zuständigen Entscheidungsträger in gesetzlich geregelten Systemen auf lokaler, regionaler, nationaler oder europäischer Ebene“ Im Gegensatz dazu ist Multiplikation „die planmäßige Überzeugung der individuellen Endnutzer, die Ergebnisse von Programmen und Initiativen zu übernehmen und/oder anzuwenden.“

Nachhaltigkeit: Ein Projekt ist nachhaltig, wenn es den Endnutzern des Projektes oder anderen Kunden über einen ausgedehnten Zeitraum nach Ablauf der Projektlaufzeit oder nach der finanziellen Förderung durch die Kommission weiteren Nutzen einbringt.



Wertschöpfung: Unter Wertschöpfung versteht man die Steigerung der Leistung bestimmter Maßnahmen, die den Wert eines Projektes für eine bestimmte Zielgruppe erhöhen. Die Vorteile, die dem Projekt anhaften, sollen für die Zielgruppe klar erkennbar sein, um deren Interesse an den Projektergebnissen zu wecken.

Innovation: Eine Veränderung eines Produktangebotes, einer Dienstleistung, eines Geschäftsmodelles oder Geschäftsprozesses, die die Erfahrungen einer großen Anzahl an Stakeholdern verbessert.

Recht des Geistigen Eigentums: Unter Geistigem Eigentum versteht man, dass jede Art von schöpferischer Tätigkeit oder Erfindung das Eigentum seines Urhebers ist. In vielen Fällen werden Rechte, die das Geistige Eigentum betreffen, in den entsprechenden Rechtsgebieten anerkannt und geschützt. Das Recht des Geistigen Eigentums besagt, dass Eigentümer bestimmte Alleinrechte, wie das Recht es auf unterschiedlichen Märkten anzubieten, das Recht auf die Lizenzierung der Herstellung und den Vertrieb von Erfindungen, besitzen, und im Falle einer unrechtmäßigen Verfälschung oder Nachahmung das Recht zu klagen.

VAL.U1 Verständnis der Bedeutung von Valorisierung von Innovationen und EU-Projektergebnissen

Jedes Projekt muss seine Ergebnisse valorisieren, um seine Leistungen zu maximieren und seine Nachhaltigkeit auch über seinen Entwicklungszeitraum hinaus zu erhöhen. Dies beinhaltet auch die Übertragung der Ergebnisse und der bewährten Handlungsmethoden in einen umfassenderen Kontext; die potenzielle Anpassung an die Bedürfnisse anderer; die Fortführung nach Beendigung des Finanzierungszeitraums; Einflüsse auf Politik und Praxis. Der Schwerpunkt liegt auf der Optimierung des Werts eines Projekts sowie auf der Verstärkung seines Einflusses.

VAL.U1.E1 Einführung in die Valorisierung (Begriffe: breite und tiefe Disseminierung – Verwertung: Nachhaltigkeit, Wertschöpfung und Mainstreaming)

Valorisierung ist ein Begriff, der Disseminierung und Verwertung beinhaltet und darauf abzielt, das Projektergebnis/Produkt nutzbar für jeden zu machen, d.h. „andere“ dazu zu bringen, das Produkt zu verwenden. Valorisierung beinhaltet Disseminierungs- sowie Verwertungsmaßnahmen. Das Hauptziel von Valorisierungsmaßnahmen besteht darin, das Projekt und dessen Ergebnisse zu bewerben, und die Verwendung der Ergebnisse von verschiedenen Individuen und Organisationen zu fördern. Dabei wird versucht, die Verwendung und die Inhalte des Ergebnisses stetig weiter zu verbreiten und zu verbessern. Valorisierung beinhaltet:

1. Austesten und Disseminierung der neuen Erkenntnisse des Projektes;
2. Verwertung der Ergebnisse und deren Weiterentwicklung in neuen Kontexten und Umfeldern;
3. Mainstreaming oder Ansprechen von Entscheidungsträgern, um diese vom Wert der Projektergebnisse zu überzeugen;
4. Nachhaltige Anwendung der Ergebnisse im Laufe der Zeit in formellen und informellen Systemen, in der Organisationspraxis und in den persönlichen Lernzielen einer jeden Person.



VAL.U1.E1.PC1	Die Studierenden können die Konzepte Valorisierung, Disseminierung, Verwertung und Nachhaltigkeit sowie Wertschöpfung und Mainstreaming erklären und unterscheiden
VAL.U1.E1.PC2	Die Studierenden erkennen Valorisierungskonzepte in Fallstudien
VAL.U1.E1.PC3	Die Studierenden können Valorisierungskonzepte erkennen und geeignete Konzepte auf europäische Projekte anwenden
VAL.U1.E1.PC4	Die Studierenden können Finanzpläne für Valorisierungskonzepte für europäische Projekte aufstellen

VAL.U1.E1.PC1 Die Studierenden können die Konzepte Valorisierung, Disseminierung, Verwertung und Nachhaltigkeit sowie Wertschöpfung und Mainstreaming erklären und unterscheiden

Die Studierenden kennen die Kernkonzepte von Valorisierung und können die Wechselbeziehungen zwischen diesen Konzepten erklären. Die Studierenden verstehen, dass Disseminierung mit der Bekanntmachung der Ergebnisse/Produkte für andere, insbesondere für die Endnutzer, die Zielgruppen und die Hauptakteure, die deren Verwendung einleiten können, zusammenhängt. Die Studierenden haben Kenntnis der Konzepte „breite und tiefe Disseminierung“ und deren Einfluss auf die Zielgruppen. Die Studierenden können die Kernkonzepte der Verwertung, wie Nachhaltigkeit, Mainstreaming und Multiplikation erklären und kennen die Unterschiede zwischen diesen Kernkomponenten.

VAL.U1.E1.PC2 Die Studierenden erkennen Valorisierungskonzepte in Fallstudien

Die Studierenden sind in der Lage, Valorisierungsstrategien innerhalb von Fallstudien zu erkennen und können bestehende Valorisierungsstrategien auf deren Hauptkomponenten hin analysieren. Die Studierenden sind in der Lage, Checklisten zur Erfassung der wesentlichsten Themen in Bezug auf Valorisierung bei Fallstudien zu erstellen und können fehlende Komponenten identifizieren. Die Studierenden können den Unterschied zwischen durchdachten, vollständigen Valorisierungsstrategien und undurchdachten, unvollständigen Valorisierungsstrategien demonstrieren.

VAL.U1.E1.PC3 Die Studierenden können Valorisierungskonzepte erkennen und geeignete Konzepte für europäische Projekte anwenden

Die Studierenden sind in der Lage, eine Valorisierungsstrategie für europäische Projekte zu entwerfen, die alle wesentlichen Komponenten beinhaltet. Die Studierenden können erklären, warum bestimmte Elemente einer Valorisierungsstrategie mit einbezogen werden müssen. Sie können verschiedene Valorisierungsoptionen vergleichen und diejenigen auswählen, die am besten für ein bestehendes Projekt geeignet sind.

VAL.U1.E1.PC4 Die Studierenden können Finanzpläne für Valorisierungskonzepte für europäische Projekte aufstellen



Die Studierenden verstehen die finanziellen Komponenten innerhalb eines Valorisierungskonzeptes für europäische Projekte und wissen, wie sie einen Finanzplan aufstellen können, um alle notwendigen Valorisierungsmaßnahmen durchführen zu können.

VAL.U1.E2 Innovation

Vereinfacht dargestellt kann Innovation als jegliche Veränderung eines Produktangebotes, einer Dienstleistung, eines Geschäftsmodelles oder Geschäftsprozesses definiert werden, die die Erfahrung einer großen Anzahl von Stakeholdern verbessert. In diesem Element lernen die Studierenden was Innovation eigentlich ist, lernen den Innovationsprozess kennen und erfahren, wie Innovationen als Instrumente zur kontinuierlichen Verbesserung innerhalb des Projektmanagements zum Zwecke von Valorisierungsmaßnahmen eingesetzt werden können. Der Prozess der Entwicklung von neuen Innovationen sowie das Verständnis für frühere Innovationen stellen einen wichtigen Aspekt dar. Innovationen sind ein wichtiger Teil der Entwicklung. Dies kann auch als Vorteil für Verwertung, Disseminierung und Valorisierung angesehen werden.

VAL.U1.E2.PC1	Die Studierenden wissen, was Innovation ist und warum sie wichtig für Valorisierungsmaßnahmen im Projektmanagement ist
VAL.U1.E2.PC2	Die Studierenden können Innovationsprozesse nachvollziehen
VAL.U1.E2.PC3	Die Studierenden verstehen Innovation als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung
VAL.U1.E2.PC4	Die Studierenden kennen die Arten von Innovationen (z.B. Produktinnovation, Dienstleistungsinnovation, Organisationsinnovation, Finanzinnovation, Marketinginnovation etc.)
VAL.U1.E2.PC5	Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kontinuierlichen und radikalen Innovationsprozessen

VAL.U1.E2.PC1 Die Studierenden wissen, was Innovation ist und warum sie wichtig für Valorisierungsmaßnahmen im Projektmanagement ist

Die Studierenden kennen die Bedeutung von Innovation, verstehen, was eine Innovation tatsächlich ist und kennen den Stellenwert von Innovationen für Unternehmen sowie Nachhaltigkeit und Wachstum. Des Weiteren erlangen die Studierenden Kenntnisse über die Bedeutung von Innovationen für Valorisierungsmaßnahmen im Projektmanagement sowie über die bestehenden Innovationsmodelle.

VAL.U1.E2.PC2 Die Studierenden können Innovationsprozesse nachvollziehen.

Die Studierenden verstehen den Innovationsprozess, den Lebenszyklus sowie den Entwicklungsprozess eines neuen Produktes. Die Studierenden können außerdem die Bedeutung von Innovationsmanagement und dem Konzept der „Open Innovation“ und Innovationsstrategie nachvollziehen.



VAL.U1.E2.PC3 Die Studierenden verstehen Innovation als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung

Die Studierenden wissen, dass Innovation wichtig für die kontinuierliche Verbesserung ist. Darüber hinaus lösen die Studierenden Aufgaben, die ihnen veranschaulichen, wie aktuelle und neue Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden und erfahren im Zuge dessen, wie gut diese Innovationen tatsächlich sind.

VAL.U1.E2.PC4 Die Studierenden kennen die Arten von Innovationen (z.B. Produktinnovation, Dienstleistungsinnovation, Organisationsinnovation, Finanzinnovation, Marketinginnovation etc.)

Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Arten von Innovationen und können diese voneinander unterscheiden. Den Studierenden werden die theoretischen Aspekte zu diesem Thema in klar strukturierter Form nähergebracht. Um die praktischen Aspekte und die jeweiligen Vorteile jeder Art von Innovation verstehen zu können, führen die Studierenden Praxisübungen durch.

VAL.U1.E2.PC5 Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kontinuierlichen und radikalen Innovationsprozessen.

Die Studierenden wissen, dass es zwei unterschiedliche Innovationsprozesse gibt. Die beiden Prozesse – kontinuierliche und radikale Verbesserung – werden in diesem Element erklärt. Kontinuierliche Innovation ist Innovation, die Schritt für Schritt voranschreitet, radikale Innovation geht in einer kurzen Zeitspanne vonstatten und ändert einen Prozess quasi von heute auf morgen. Zusätzlich führen die Studierenden Praxisübungen durch.



VAL.U2 Disseminierung

In dieser Einheit geht es um die Themen der breiten und tiefen Disseminierung. Breite Disseminierung bedeutet das Entwickeln von Strategien, um eine kritische Masse an Bekanntheit und Interesse herzustellen. Tiefe Disseminierung gründet sich auf den hergestellten Interessen und vertieft die Disseminierung in Richtung konkreter Zielgruppen. Die Kombination aus beiden führt zu (1) einer großen Gemeinschaft, die die Innovation kennt und (2) zu konkreten Gruppen, die tatsächlich an der Verwendung/am Kauf der Innovation interessiert sind.

VAL.U2.E1 Breite und tiefe Disseminierung

Dieses Element beinhaltet Kompetenzen, die man zur Organisation von Konferenzen, Workshops, Gemeinschaften interessierter Unternehmen, sozialer Netzwerke und für die Verwendung von Massenmedien hinsichtlich breiter und tiefer Disseminierung benötigt. Das Ziel hierbei besteht darin, den Bekanntheitsgrad einer Innovation in der breiten Öffentlichkeit (in Europa und weltweit) zu steigern und für bestimmte Zielgruppen zugänglich zu machen. Ein weiteres Ziel besteht darin, eine Basis an Kundenkontakten zur weiteren Nutzung gemeinsamer Interessen und Geschäftsbeziehungen zu etablieren.

VAL.U2.E1.PC1	Die Studierenden verstehen die Konzepte der breiten und tiefen Disseminierung
VAL.U2.E1.PC2	Die Studierenden können interessierte Zielgruppen und Partnerschaften zur Weitergabe für breite und tiefe Disseminierungsmaßnahmen analysieren und definieren
VAL.U2.E1.PC3	Die Studierenden können Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung, die eine kritische Masse an Interessen herstellen, wie z.B. Konferenzen und Workshops, planen und organisieren
VAL.U2.E1.PC4	Die Studierenden können Verteilungsnetzwerke zur Förderung der Implementierung von Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung in ganz Europa sowie weltweit aufbauen
VAL.U2.E1.PC5	Die Studierenden verstehen den Stellenwert von Vermarktungsmaterialien, die auf breite und tiefe Disseminierung abzielen

VAL.U2.E1.PC1 Die Studierenden verstehen die Konzepte der breiten und tiefen Disseminierung

Die Studierenden können die Grundbegriffe hinsichtlich breiter und tiefer Disseminierung erklären und breite und tiefe Disseminierungsmaßnahmen definieren. Die Studierenden können die Unterschiede zwischen breiter und tiefer Disseminierung erklären und kennen die gemeinsamen Ziele für breite und tiefe Disseminierung. Zusätzlich wissen sie, wie sie jedes dieser Ziele erreichen können.

VAL.U2.E1.PC2 Die Studierenden können interessierte Zielgruppen und Partnerschaften zur Weitergabe für breite und tiefe Disseminierungsmaßnahmen analysieren und definieren



Die Studierenden wissen, wie die Interessen der Zielgruppen analysiert und definiert werden. Behandelte Aspekte sind: Wie sieht ein typisches Profil einer interessierten Person aus? (Alter, Herkunftstyp, häufige Themen und häufige Probleme, die gelöst werden müssen). Was sind zentrale Themen, die das Interesse der Zielgruppe wecken könnten? Des Weiteren lernen die Studierenden welche breiten und tiefen Disseminierungsmaßnahmen für welche Zielgruppen geeignet sind.

VAL.U2.E1.PC3 Die Studierenden können Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung, die eine kritische Masse an Interessen herstellen, wie z.B. Konferenzen und Workshops, planen und organisieren

Die Studierenden verstehen den Stellenwert und Nutzen diverser Disseminierungsveranstaltungen (Workshops, Meetings, wissenschaftliche Tagungen und Arbeitsgruppen), können diese beiden Konzepte unterscheiden und die verschiedenen Zielsetzungen und wie sie an diese für breite und tiefe Disseminierungsmaßnahmen herangehen, nachvollziehen.

VAL.U2.E1.PC4 Die Studierenden können Verteilungsnetzwerke zur Förderung der Implementierung von Maßnahmen zur breiten und tiefen Disseminierung in ganz Europa sowie weltweit aufbauen

Die Studierenden wissen, wie man ein Netzwerk aus Partnerschaften zur Weitergabe über unterschiedliche Regionen hinweg bildet und wie man verschiedene Kundendatenbanken für spätere Massenverbreitung oder zielgerichtete Verbreitung nutzt. Dies beinhaltet auch Beziehungen mit Industrieverbänden, Forschungs- und Ausbildungseinrichtungen, Projektgruppen der Industrie, Redaktionsausschüsse von Verlagen, Standardisierungsgruppen und viele mehr.

VAL.U2.E1.PC5 Die Studierenden verstehen den Stellenwert von Vermarktungsmaterialien, die auf breite und tiefe Disseminierung abzielen

Flyer, Webseiten, Informationsmaterialien werden zur Disseminierung durch die Netzwerke der Weitergabepartner verwendet, auch kommen Neue Medien zum Einsatz (Internet, Social Media etc.). Die Studierenden kennen die bewährtesten Beispiele von Flyern, Webseiten, sozialen Netzwerken etc. und können diejenige Methode herausgreifen, die für ihre Innovationen am besten geeignet ist.



VAL.U2.E2 Disseminierungsstrategie

Die Studierenden können nachvollziehen, dass das angesammelte Wissen und die Produkte während der Projektlaufzeit und nach Abschluss des Projekts verbreitet werden muss. Die Studierenden verstehen die Prinzipien und Bedingungen von Disseminierung und verstehen, dass der Verbreitungsprozess oft nur langsam vor sich geht und schwer in die Praxis umzusetzen ist. Die Studierenden können einen Plan basierend auf dem Bewusstsein für die Bedürfnisse der Stakeholder und dem erwarteten Nutzen aufstellen. Sie können des Weiteren einen Disseminierungsplan erstellen und sich an Disseminierungsmaßnahmen mithilfe von Fallbeispielen beteiligen. Die Studierenden maximieren die Relevanz, den Nutzen und die Zugänglichkeit der Projektergebnisse, insbesondere für öffentlich finanzierte Projekte deren Ergebnisse und Erkenntnisse der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden müssen. Darüber hinaus können die Studierenden mit sozialen Medien umgehen.

VAL.U2.E3.PC1	Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Entwicklung einer geeigneten Disseminierungsstrategie
VAL.U2.E3.PC2	Die Studierenden können einen Disseminierungsplan entwickeln
VAL.U2.E3.PC3	Die Studierenden können die Durchführung eines Disseminierungsplans unter Einsatz eines Fallbeispiels einleiten
VAL.U2.E3.PC4	Die Studierenden können den Grad der Strategieerfüllung, des Erfolgs und der Leistung von Disseminierungsmaßnahmen bewerten und messen

VAL.U2.E2.PC1 Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Entwicklung einer geeigneten Disseminierungsstrategie

Die Studierenden können die Bedeutung einer Disseminierungsstrategie sowie die Notwendigkeit der Planung und Umsetzung dieser erörtern. Dies wird durch das Verständnis für den Zweck der Verbreitung (warum) und die Methoden für effektive Verbreitung und die Notwendigkeit die Qualität aufrecht zu erhalten, erreicht. Dies verschafft dem Stakeholder wiederum einen Mehrwert. Im Fall von öffentlich finanzierten (z.B. EU) Projekten gehören Individuen, Konsortialmitglieder, die EU sowie die Gesellschaft insgesamt zu den Stakeholdern. Die Vielfältigkeit der Stakeholder bringt Abwechslung und auch Interessenskonflikte und verschiedene Erwartungen mit sich. Daher müssen die Studierenden über ein umfassendes Verständnis für die Konzepte und Aspekte der Disseminierungsstrategie verfügen.

VAL.U2.E2.PC2 Die Studierenden können einen Disseminierungsplan entwickeln

Die Studierenden verstehen, dass der Disseminierungsplan Teil des Gesamtkonzeptes sein sollte. Die Studierenden können folgende Fragen beantworten: wer (Individuen, Gruppen, Organisationen) wird die Ergebnisse in der Praxis anwenden und wer führt die Verbreitung durch, wie werden die Projektergebnisse kommuniziert und wie wird die Evaluierung zur Schaffung der Wirksamkeit und der Effizienz durchgeführt. Außerdem muss der Disseminierungsplan auch beantworten wo (Medien, Webseiten, Workshops, Präsentationen etc.) und wann (am Anfang, im Zuge der Laufzeit, am Ende) die Disseminierungsmaßnahmen umgesetzt werden. Die Studierenden werden in der Lage sein, die theoretischen Inhalte anhand von Fallbeispielen praktisch umzusetzen.



VAL.U2.E2.PC3 Die Studierenden können die Durchführung eines Disseminierungsplans unter Einsatz eines Fallbeispiels einleiten

Die Studierenden entwickeln ein Bewusstsein für die Notwendigkeit verschiedene Verhaltensmerkmale der "Verbreiter" und "Erhalter" zu erkennen. Erfolgreiche Verbreitung basiert auf Engagement, kontinuierlichem Einsatz, Anpassung und der Verbreitung von Know-how. Somit sind die Studierenden in der Lage die Notwendigkeit für anhaltende Betreuung und Anpassung an Veränderungen zu erkennen. Die Wirksamkeit und Effizienz der Disseminierung kann geplant, umgesetzt und gemessen werden, während die Wissensweitergabe stattfindet.

VAL.U2.E2.PC4 Die Studierenden können den Grad der Strategieerfüllung, des Erfolgs und der Leistung von Disseminierungsmaßnahmen bewerten und messen

Die Studierenden wissen, wie sie Indikatoren zur Messung von Wirksamkeit und Effizienz der durchgeführten Verbreitungsaktivitäten unter Berücksichtigung von Kostenparametern und Rentabilität einsetzen. Die Studierenden sind in der Lage Prioritäten, strategische Ziele, Messungen und Zielsetzungen zu erörtern. Die Studierenden können die folgenden Fragen beantworten:
 Prioritäten: Was wollen wir erreichen?
 Strategische Ziele: Welche Schlüsselaspekte müssen passen, damit wir diese erreichen?
 Messungen und Zielsetzungen: Wie erkennen wir, ob wir dorthin gelangen, wo wir hin wollen?

VAL.U3 Verwertung

Jedes Projekt hat zum Ziel brauchbare Ergebnisse für die Stakeholder hervorzubringen. Es wurde immer viel Wert auf Qualität gelegt in der Annahme, dass gute Qualität zwangsläufig zu hohem Wert führt. Durch die Vielfältigkeit der Stakeholder ist jedoch ein tieferes Verständnis für den Wert den der Stakeholder verlangt und für den Abstand zwischen dem was geliefert wird und dem was erwartet und gebraucht wird, notwendig. Die Studierenden können zwischen den Konzepten Wert und Qualität aus den verschiedenen Perspektiven unterscheiden. Die Studierenden können außerdem einen situationszentrierten Wertbegriff einsetzen, um (quantitativ und qualitativ) den relativen Stellenwert für unterschiedliche Stakeholder zu analysieren. Sie sind darüber hinaus in der Lage, Wissen intern wie extern zu kommunizieren und weiterzugeben.

VAL.U3.E1 Creating Stakeholder Value

VAL.U3.E1.PC1	Die Studierenden können zwischen Qualitäts- und Werterwartung verschiedener Stakeholder unterscheiden
VAL.U3.E1.PC2	Die Studierenden können einen situationszentrierten Wertbegriff einsetzen, um den relativen Stellenwert für verschiedene Stakeholder zu analysieren
VAL.U3.E1.PC3	Die Studierenden können ihr Wissen über den Wert für Stakeholder sowohl intern als auch extern vermitteln und übertragen



VAL.U3.E1.PC1 Die Studierenden können zwischen Qualitäts- und Werterwartung verschiedener Stakeholder unterscheiden

Die Studierenden verstehen das komplexe Konzept »Wert«, das oft mit dem Konzept »Qualität« verwechselt wird. Die Komplexität von Projekten, wie jenen die von der EU finanziert werden, ist enorm, an diesen sind als Stakeholder Individuen, Konsortialmitglieder, Länder, die EU bis hin zur Gesellschaft insgesamt beteiligt. Die Studierenden können Erwartungen erkennen und Prioritäten für Qualität und Wert aus allen Perspektiven setzen, die synergetisch oder widersprüchlich sein können.

VAL.U3.E1.PC2 Die Studierenden können einen situationszentrierten Wertbegriff einsetzen, um den relativen Stellenwert für verschiedene Stakeholder zu analysieren

Indem sich die Studierenden auf die Stakeholder und deren Erwartungen konzentrieren, können sie durch eine Leistungsanalyse, durch Festlegung von Prioritäten und Messungsmethoden beurteilen, ob das behandelte Projekt erfolgreich war und ob auch nach Abschluss des Projekts noch zusätzlicher Wert geboten werden kann, d.h. sie können die Nachhaltigkeit des Projektes prüfen und evaluieren. Die Studierenden verwenden Evaluierungsrahmen, wie situationszentrierte Wertanalysen, um die Bedeutung der Projektergebnisse für unterschiedliche Stakeholder zu ermitteln.

VAL.U3.E1.PC3 Die Studierenden können ihr Wissen über den Wert für Stakeholder sowohl intern als auch extern vermitteln und übertragen

Die Verwertung der Ergebnisse bietet den Stakeholdern einen Wert sowie zusätzlichen Mehrwert und führen so zu mehr Nachhaltigkeit. Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Wertbegriffe von verschiedenen Stakeholdern und können Ergebnisse (qualitativ und quantitativ) analysieren und das gewonnene Wissen intern und extern kommunizieren. Die Studierenden werden die Effektivität eines Projekts in ihrer Rolle als »Bewerter« beurteilen können, können den Einfluss auf Stakeholder einschätzen und dabei helfen, Folgeprojekte zu planen, indem sie diese Elemente in ihre Projektpläne mit einbeziehen.



VAL.U3.E2 Nachhaltigkeit

Die Studierenden verstehen das Konzept und die Prinzipien von Nachhaltigkeit als interdisziplinäres Gebiet und das menschliche Handeln als Zusammenführung sozialer Einflüsse und Umwelteinflüsse, indem Ressourcen genutzt werden und ständige Erneuerung stattfindet. Die Studierenden können Nachhaltigkeit in ihr Gesamtkonzept des Projektes einbinden und beteiligen sich an der Umsetzung und Evaluierung der Ergebnisse ausgehend vom Bewusstsein über Anpassung, Planung, Umsetzung, Kontrolle bis hin zu Betreuung. Die Interdisziplinarität des Konzeptes wird durch die eigene Rolle der Studierenden in einem Projekt bereichert, was wiederum zur Sicherstellung von Relevanz und Qualitätsverbesserungen führt.

VAL.U3.E2.PC1	Die Studierenden verstehen, dass Nachhaltigkeit einen wesentlichen Bestandteil eines jeden Projektplans darstellt
VAL.U3.E2.PC2	Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Nachhaltigkeitsstrategien für die kontinuierliche Rückgabe an Wert an den Stakeholder
VAL.U3.E2.PC3	Die Studierenden können notwendige Verhaltensmerkmale (z.B. Fortsetzung der Bemühungen, Betreuung und Anpassungsfähigkeit) der Projektteilnehmer und Projektteilnehmerinnen sowie Umfeldfaktoren für erfolgreiche und messbare Verbreitung erkennen
VAL.U3.E2.PC4	Die Studierenden können Pläne zur Messung der Nachhaltigkeit aufstellen, die die Förderung der Ergebnisse auch nach Abschluss des Projekts sicherstellen

VAL.U3.E2.PC1 Die Studierenden verstehen, dass Nachhaltigkeit einen wesentlichen Bestandteil eines jeden Projektplans darstellt

Die Studierenden verstehen, dass die Nachhaltigkeit eines Projekts wie Disseminierung und Qualität nicht ausgespart werden darf und auch nicht erst im Nachhinein behandelt werden darf. Im Projektplan müssen Maßnahmen und Aufstellungen für Disseminierung und Nachhaltigkeit festgelegt werden, d.h. ein Plan für die Anpassung, Verwendung, Abänderung und Verwertung der Arbeitsergebnisse eines Projektes nach dem Fertigstellungstermin muss erstellt werden. Schließlich müssen die geplanten Maßnahmen zur Verbesserung der Effektivität, Wettbewerbsfähigkeit und Qualität der Projektergebnisse beitragen. Die Studierenden können ihr ausführliches Wissen beweisen, indem sie an Diskussionen teilnehmen können, aber auch indem sie einen Maßnahmenplan für ein bestimmtes Szenario entwerfen können.



VAL.U3.E2.PC2 Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Nachhaltigkeitsstrategien für die kontinuierliche Rückgabe an Wert an den Stakeholder

Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Nachhaltigkeitsplänen und –strategien. Verschiedene Stakeholder haben verschiedene Sichtweisen und konzentrieren sich meist nur auf eine der oben genannten Strategien. Die Studierenden sind in der Lage, zu erkennen worauf sich die jeweiligen Stakeholder konzentrieren und demonstrieren ihr Wissen, indem sie diese Denkprozesse auf ein bestimmtes Fallbeispiel anwenden. Im Falle von EU-Projekten stellt die Perspektive der EU eine Kombination dieser drei Perspektiven dar, aber ein einzelner/eine einzelne Anwender/Nutzer/Organisation hat wahrscheinlich eine kürzere Interessensspanne. Die Studierenden werden daher beurteilen können, welche Strategie und Perspektive auf welchen Stakeholder zutrifft. Umgekehrt können die Studierenden Verallgemeinerungen über das erweiterte Wissen, das sie in diesen Fallstudien erlangt haben, anstellen.

VAL.U3.E2.PC3 Die Studierenden können notwendige Verhaltensmerkmale (z.B. Fortsetzung der Bemühungen, Betreuung und Anpassungsfähigkeit) der Projektteilnehmer und Projektteilnehmerinnen sowie Umfeldfaktoren für erfolgreiche und messbare Verbreitung erkennen

Die Studierenden können Verhaltensmerkmale und Kontextfaktoren erkennen, um die Nachhaltigkeit von Projekten gedanklich vorweg nehmen zu können. Nachhaltigkeit betrifft vielleicht nicht alle Aspekte eines Projektes. In jedem Projekt werden einige Maßnahmen oder Ergebnisse beibehalten, andere werden vielleicht nicht notwendigerweise beibehalten werden müssen. Ein Projekt kann also dann als nachhaltig betrachtet werden, wenn relevante Maßnahmen verfolgt werden und Ergebnisse auch nach Auslauf der Finanzierung beibehalten oder weiterentwickelt werden. Die wesentlichsten externen Nachhaltigkeitsfaktoren sind akademische und/oder institutionelle Förderung, staatliche Förderung, sozioökonomische Förderung, die internen Faktoren sind die Qualität des Projektplans, erfolgreiche Führung und Leitung, aktive Teilnahme der Zielgruppen und Möglichkeit zur Bereitstellung adäquater Ressourcen für die Weiterführung.



VAL.U3.E2.PC4 Die Studierenden können Pläne zur Messung der Nachhaltigkeit aufstellen, die die Förderung der Ergebnisse auch nach Abschluss des Projekts sicherstellen

Die Studierenden sind in der Lage einen Nachhaltigkeits-Maßnahmenplan aufzustellen, um die Förderung der Ergebnisse auch nach Abschluss des Projekts sicherstellen zu können. Dies soll anhand von Praxisbeispielen im Zuge des Trainings gelernt werden.

VAL.U3.E3 Mainstreaming

Laut Definition der EU-Kommission kann Mainstreaming als planmäßiger Prozess, in dem die erfolgreichen Ergebnisse eines Projekts, eines Programms oder einer Initiative an geeignete Entscheidungsträger in lokalen, regionalen, nationalen oder europäischen Systemen weitergeleitet wird, angesehen werden. Bei diesen Entscheidungsträgern kann es sich um gewählte Mitglieder, Manager, Geschäftsleitungen von Behörden oder im staatlichen Dienst, das obere Management von Unternehmen oder NGOs, gewählte Mitglieder von Gesellschaften, Vereinen, Wirtschaftsnetzwerken, Genossenschaften etc. handeln. Die Studierenden verstehen, wie Mainstreaming effizient geplant und umgesetzt wird. Konkret wissen die Studierenden (1) wie horizontales und vertikales Mainstreaming definiert ist und umgesetzt werden kann, (2) wie eine Mainstreaming-Strategie erfolgreich geplant und umgesetzt werden kann und (3) wie man ein Mainstreaming-Projekt evaluiert und dessen Leistung messen kann.

VAL.U3.E3.PC1	Die Studierenden wissen, wie horizontales und vertikales Mainstreaming umgesetzt wird
VAL.U3.E3.PC2	Die Studierenden können eine effiziente Mainstreaming-Strategie erstellen und umsetzen
VAL.U3.E3.PC3	Die Studierenden können Leistung und Wirkungsgrad des Mainstreamings evaluieren

VAL.U3.E3.PC1 Die Studierenden wissen, wie horizontales und vertikales Mainstreaming umgesetzt wird

Die Studierenden wissen, was Mainstreaming in den einzelnen Fällen und auf verschiedenen Ebenen bedeutet und kennen die bedeutendsten Modelle, die für Mainstreaming eingesetzt werden können.



VAL.U3.E3.PC2 Die Studierenden können eine effiziente Mainstreaming-Strategie erstellen und umsetzen

Die Studierenden sind in der Lage, eine Mainstreaming-Strategie aufzubereiten und zu erstellen und die passenden methodischen Instrumente dafür auszuwählen. Die Studierenden wissen außerdem, wie man eine Mainstreaming-Strategie mithilfe geeigneter methodischer Instrumente initiiert und dabei solche Bedingungen schafft, die die Leistung des Mainstreamings maximieren.

VAL.U3.E3.PC3 Die Studierenden können Leistung und Wirkungsgrad des Mainstreamings evaluieren

Die Studierenden können die Leistung von Mainstreaming definieren, kennen die Zielsetzungen von Evaluierung und können geeignete Evaluierungsmethoden und –kriterien sowie passende Instrumente zur Evaluierung auswählen. Die Studierenden wissen, wie eine Evaluierung durchgeführt wird und können Feedback geben.



VAL.U3.E4 Verwertungsstrategie

Verwertung steht in vielen Phasen in Zusammenhang mit der Verwendung der Projektergebnisse, während und nach der Umsetzung des Projekts. Sie wird in zwei Komponenten aufgeteilt: Mainstreaming und Multiplikation. Die Verwertungsstrategie besteht aus Prozessen die auf Vervielfachung und Verallgemeinerung der im Projekt erzielten Ergebnisse abzielen. Sie steht in Zusammenhang mit den notwendigen Maßnahmen, die (1) das Projekt bekannt machen, um die Zielgruppen, Endnutzer und Stakeholder mit einbeziehen zu können und (2) die Ergebnisse/Produkte in den Anwendungsbereich der interessierten Parteien weiterleiten. Die Verwertungsstrategie ist mit der Idee verbunden, die Hauptakteure davon zu überzeugen, die wesentlichen Produkte eines Projekts zu verwenden und steht außerdem in Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit des Projekts nach dessen Abschluss. Die Studierenden kennen einige kritische Faktoren/Kriterien einer erfolgreichen Verwertungsstrategie. Die Studierenden sollten außerdem die Maßnahmen kennen, die auf die Verwertungsstrategie folgen und sicherstellen sollen, dass die Ergebnisse des Projekts von den Zielgruppen verwendet werden und möglicherweise auch in andere Umfelder übertragen wird.

VAL.U3.E3.PC1	Die Studierenden verstehen das Konzept der Verwertung sowie die Unterschiede zwischen Verwertung und Disseminierung
VAL.U3.E3.PC2	Die Studierenden haben Kenntnis der kritischen Erfolgsfaktoren und –kriterien zur erfolgreichen Verwertung von Projektergebnissen
VAL.U3.E3.PC3	Die Studierenden sind in der Lage, eine vollständige Strategie zur Projektverwertung aufzustellen und umzusetzen

VAL.U3.E4.PC1 Die Studierenden verstehen das Konzept der Verwertung sowie die Unterschiede zwischen Verwertung und Disseminierung

Dieses Leistungskriterium konzentriert sich auf das Konzept der Verwertung. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie das Konzept der Projektverwertungsstrategie vollständig verstehen und auch dessen Verbindung mit Nachhaltigkeit und Valorisierung nachvollziehen können. Die Studierenden werden auch die bestehenden Unterschiede und Überlappungen zwischen Verbreitungs- und Verwertungsstrategien während der Laufzeit und danach erkennen können.

VAL.U3.E4.PC2 Die Studierenden haben Kenntnis der kritischen Erfolgsfaktoren und –kriterien zur erfolgreichen Verwertung von Projektergebnissen

Von den Studierenden wird erwartet, dass sie die wesentlichen Faktoren, die Verwertung von Projektergebnissen positiv beeinflussen, erkennen, verstehen und berücksichtigen können. Darüber hinaus werden die Hauptakteure, die an einem Verwertungsplan beteiligt sind, sowie die relevanten Maßnahmen analysiert und mit dem Projekt in Verbindung gebracht.



VAL.U3.E4.PC3 Die Studierenden sind in der Lage, eine vollständige Strategie zur Projektverwertung aufzustellen und umzusetzen

Dieses Leistungskriterium konzentriert sich auf die Komponenten und den empfohlenen Plan für eine erfolgreiche Verwertungsstrategie. Die Maßnahmen, die getroffen werden müssen, um die Multiplikation und die Verallgemeinerung der erzielten Ergebnisse zu erreichen, sowie die Fortführung eines Projekts nach dessen Abschluss und nach der Finanzierung werden identifiziert und analysiert. Die Studierenden lernen, wie sie Verwertungsstrategiepläne erstellen und umsetzen.

VAL.U4 Valorisierungsmethoden

Viele Projekte, wie beispielsweise europäische Bildungsprojekte, sind gut organisiert, bringen brauchbare Ergebnisse hervor und sind nützlich für die Weiterentwicklung verschiedener Institutionen. Jedoch werden nur wenige Projekte gut und nachhaltig valorisiert. (1) Dies führt zu der unbefriedigenden Situation, dass viele sinnvolle Produkte und Projektergebnisse nicht weiterverwendet werden, da die Zielgruppen während der Projektlaufzeit weder informiert noch mit einbezogen wurden. Daher ist es wichtig, alle bestehenden Valorisierungsmethoden einzusetzen, um die Bekanntmachung der erzielten Ergebnisse eines bestimmten Projekts zu fördern. Um dies zu erreichen ist es unabdingbar, dass den Studierenden theoretische wie praktische Kenntnisse zu Verbreitung, Kommunikation mit potenziellen Stakeholdern, Valorisierungskanälen (formell und informell), Valorisierungsinstrumenten und zum Recht des Geistigen Eigentums vermittelt werden. (2) All diese Einheiten helfen den Studierenden dabei, Valorisierungsmethoden erfolgreich einzusetzen, was dann die Erfolgsrate durchgeführter (europäischer) Projekte steigert.

VAL.U4.E1 Verbreitung

Die Verbreitungstheorie versucht zu erklären, wie, warum und in welchem Tempo neue Ideen und neue Technologien die unterschiedlichen Kulturen erreichen. Sie besagt, dass verschiedene Menschen über unterschiedliche Eigenschaften verfügen, die sie dazu bringen, eine Innovation zu akzeptieren oder abzulehnen. Auch die Innovationen selbst können über Merkmale verfügen, die Menschen dazu bringen, diese zu akzeptieren oder abzulehnen. Dieser Teil des Programms untersucht die Herausforderungen bei der Verbreitung von Innovationen, die Phasen der Innovationsanpassung, Faktoren, die die Anpassung beeinflussen sowie den Entscheidungsfindungsprozess der Anpassung.

U4.E1.PC1	Die Studierenden verstehen die Herausforderungen bei der Verbreitung von Innovationen.
U4.E1.PC2	Die Studierenden verstehen die Phasen der Innovationsanpassung
U4.E1.PC3	Die Studierenden verstehen die Einflussfaktoren für die Anpassung
U4.E1.PC4	Die Studierenden verstehen die Entscheidungsfindung der Innovationsanpassung



VAL.U4.E1.PC1 Die Studierenden verstehen die Herausforderungen bei der Verbreitung von Innovationen.

Die Studierenden verstehen die wesentlichen Herausforderungen der Innovationsverbreitung: Ablehnen von Veränderungen, Mangel an Bewusstsein, Mangel an Engagement, mangelnde Risikoanalyse. Den Studierenden werden diese Inhalte mithilfe verschiedener Beispiele veranschaulicht.

VAL.U4.E1.PC2 Die Studierenden verstehen die Phasen der Innovationsanpassung

Die Studierenden können die Phasen der Anpassung nachvollziehen und wissen, wie sie mit Ablehnung von Veränderungen umgehen müssen. Sie kennen verschiedene Methoden des Change Management, die die Auswirkungen von Ablehnung von Veränderungen auf ein Minimum senken.

VAL.U4.E1.PC3 Die Studierenden verstehen die Einflussfaktoren für die Anpassung

Die Studierenden verstehen und erkennen Eigenschaften von Innovationen, individuelle Eigenschaften, Eigenschaften sozialer Netzwerke, das soziale Umfeld der Verbreitung von Innovationen, eingesetzte Marketing-Strategien und institutionelle Strukturen (z.B. Regierung).

Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Verbreitungsstrategien – die Innovation „geschehen lassen“ oder dazu beitragen sie „geschehen zu lassen“ – und sind sich bewusst, dass auch andere Vorgehensweisen und Mittelwege möglich sind.

VAL.U4.E1.PC4 Die Studierenden verstehen die Entscheidungsfindung der Innovationsanpassung

Die Studierenden wissen, wie sie entscheiden ob es zur Anpassung einer Innovation kommt oder nicht. Sie lernen, welche Aspekte sie bei der Auswahl der Anpassungs- und Verbreitungsstrategien berücksichtigen müssen.

VAL.U4.E2 Kommunikation mit potenziellen Stakeholdern

Kommunikation ist von großer Bedeutung bei der Weiterleitung der Projektergebnisse an die Zielgruppen. In diesem Teil des Trainings lernen die Studierenden die Grundlagen des Kommunikationsprozesses, die Einflüsse der Eigenschaften von Organisationen auf die Kommunikation sowie Herausforderungen und Schwierigkeiten bei der Kommunikation kennen.

U4.E2.PC1	Die Studierenden verstehen die wesentlichen Merkmale des Kommunikationsprozesses
U4.E2.PC2	Die Studierenden verstehen den Einfluss der Organisationsmerkmale auf die Kommunikation
U4.E2.PC3	Die Studierenden verstehen die Herausforderungen und Schwierigkeiten von Kommunikation



VAL.U4.E2.PC1 Die Studierenden verstehen die wesentlichen Merkmale des Kommunikationsprozesses

Die Studierenden lernen die Prinzipien der Kommunikation kennen. Die Studierenden wissen, dass jede Nachricht auch eine Beziehungsseite hat und kennen den Sender-Empfänger-Effekt, der im Kommunikationsprozess auftritt. Die Studierenden lernen, wie sie Nachrichten analysieren müssen.

VAL.U4.E2.PC2 Die Studierenden verstehen den Einfluss der Organisationsmerkmale auf die Kommunikation

Die Studierenden verstehen, wie die Organisationskultur die Kommunikation beeinflusst. Sie sind sich den Themen Kultur im Allgemeinen und Machtdistanz im Einzelnen bewusst. Die Inhalte werden den Studierenden anhand von Rollenspielen erläutert.

VAL.U4.E2.PC3 Die Studierenden verstehen die Herausforderungen und Schwierigkeiten von Kommunikation

Die Studierenden lernen Stärken und Schwächen verschiedener Kommunikationsmethoden kennen. Sie erfahren z.B. wann es besser ist eine Nachricht per E-Mail zu versenden und wann ein direktes Gespräch erforderlich ist. Die Studierenden wissen, wie sie andere Menschen auf neue Innovationen aufmerksam machen können und welche Kommunikationsmethoden am wirksamsten sind.

VAL.U4.E3 Valorisierungskanäle

Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten Konzepte zum Thema zu erläutern: Kommunikationskanäle sowie formelle und informelle Valorisierung. Sie können Beispiele formeller und informeller Disseminierung geben und erklären, wie diese Konzepte eingesetzt werden können, um die Wirksamkeit eines Projekts zu maximieren. Sie sind des Weiteren in der Lage die geeignetsten Kommunikationskanäle für bestimmte Kommunikationsstrategien auswählen.

VAL.U4.E3.PC1	Die Studierenden können zwischen formeller und informeller Valorisierung unterscheiden
VAL.U4.E3.PC2	Die Studierenden können die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle erkennen
VAL.U4.E3.PC3	Die Studierenden wissen, wie sie die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle einsetzen können

VAL.U4.E3.PC1 Die Studierenden können zwischen formeller und informeller Valorisierung unterscheiden

Die Studierenden kennen die gebräuchliche Terminologie zum Thema Valorisierung und die Unterschiede zwischen formeller und informeller Valorisierung. Sie sind in der Lage,



Valorisierungsmaßnahmen in formelle und informelle Aktivitäten zu unterteilen und können geeignete Strategien zur Maximierung der Wirksamkeit beider Arten von Aktivitäten auswählen.

VAL.U4.E3.PC2 Die Studierenden können die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle erkennen

Die Studierenden sind in der Lage, die passenden Kanäle formeller und informeller Valorisierung auszuwählen. Außerdem können sie formelle und informelle Valorisierungsaktivitäten entsprechend des jeweiligen Kanals auswählen und Empfehlungen zur Maximierung der Auswirkungen dieser Aktivitäten formulieren.

VAL.U4.E3.PC3 Die Studierenden wissen, wie sie die wichtigsten formellen und informellen Valorisierungskanäle einsetzen können

Die Studierenden können Valorisierungsaktivitäten anhand formeller und informeller Kanäle gestalten und können erklären, wie man diese Aktivitäten durchführen soll. Sie können die notwendige Information herausfiltern, die durch formelle oder informelle Valorisierungskanäle übertragen werden kann, und sind darüber hinaus in der Lage, formelle wie informelle Valorisierungsaktivitäten anzuwenden. Sie können des Weiteren die Auswirkungen dieser Aktivitäten bewerten und den Erfolg formeller und informeller Valorisierungsaktivitäten analysieren. Sie sind in der Lage, Valorisierungsstrategien hinsichtlich fehlender formeller oder informeller Disseminierungskanäle zu analysieren und können Verbesserungsvorschläge für unvollständige Strategien liefern.

VAL.U4.E4 Instrumente zur Valorisierung (Clusterbildung, »Open Innovation«)

Zu den Valorisierungswerkzeugen gehören Instrumente zur Disseminierung und Verwertung von Ergebnissen (Forschung, Innovation, lebenslanges Lernen), die dazu führen, dass Projektergebnisse/Produkte nutzbar für jedermann sind, d.h. auch „andere“ können das Produkt verwenden. Zur Valorisierung gehört die Veröffentlichung und Präsentation der Ergebnisse und der bewährten Methoden in wissenschaftlichen Zeitschriften, auf Konferenzen und anderen Disseminierungsveranstaltungen (Messen, Workshops, Meetings, Runde Tische, Seminare, Arbeitsgruppen, Massenmediaveranstaltungen, direkter Kontakt etc.) sowie die Organisation solcher Veranstaltungen. Weitere Werkzeuge sind das Erschaffen einer Gemeinschaft zum Thema, indem man Interesse für ein Thema erzeugt, aktualisiert und beibehält. Dies geschieht beispielsweise durch die Erstellung, Teilnahme und Aktualisierung von Webseiten und sozialen Medien, „Open Innovations“ oder Öffentlichkeitsarbeit. Um erfolgreich zu sein, ist ein Disseminierungsplan unabdingbar.

VAL.U4.E4.PC1	Die Studierenden können wissenschaftliche Publikationen aufbereiten und wissen, wie sie effektive Präsentationen zu Ergebnissen und bewährten Handlungsmethoden erstellen
VAL.U4.E4.PC2	Die Studierenden verstehen, welchen Wert es hat Teil einer Gruppe oder eines Netzwerkes zu sein – den daraus resultierenden Nutzen, die Wirksamkeit und Vorteile



VAL.U4.E4.PC3	Die Studierenden haben Kenntnis von traditionellen Kommunikationsmedien und "Open Innovations"
VAL.U4.E4.PC4	Die Studierenden entwickeln ein Bewusstsein für die Kernprinzipien digitaler Medien und deren Vorteile
VAL.U4.E4.PC5	Die Studierenden wissen, was Öffentlichkeitsarbeit (PR) bedeutet und wie sie wirksame PR-Kampagnen organisieren können

VAL.U4.E4.PC1 Die Studierenden können wissenschaftliche Publikationen aufbereiten und wissen, wie sie effektive Präsentationen zu Ergebnissen und bewährten Handlungsmethoden erstellen

Die Studierenden sind in der Lage, innovative Forschung zu betreiben und Schlussfolgerungen aus der Analyse von Primärerhebungen zu ziehen. Sie wissen, wie Artikel für wissenschaftliche Zeitschriften, Konferenzen und Handbücher verfasst werden und wie man wirksame Präsentationen von Projektergebnissen auf wissenschaftlichen Konferenzen und anderen Disseminierungsveranstaltungen aufbereitet und organisiert. Sie kennen erfolgreiche Instrumente für Präsentationen aller Art und wissen, wie man Zeit am effektivsten nutzt.

VAL.U4.E4.PC2 Die Studierenden verstehen, welchen Wert es hat Teil einer Gruppe oder eines Netzwerkes zu sein – den daraus resultierenden Nutzen, die Wirksamkeit und Vorteile

Die Studierenden sollen den Nutzen, die Wirksamkeit und die Vorteile des Netzwerkes nachvollziehen können. Sie lernen, wie man Gruppen zusammenstellen kann, die ihren Interessen entsprechen und können eine Gemeinschaft zu einem bestimmten Thema bilden.

VAL.U4.E4.PC3 Die Studierenden haben Kenntnis von traditionellen Kommunikationsmedien und "Open Innovations"

Die Studierenden haben Kenntnis von der Funktion, Wirksamkeit und den Abläufen traditioneller Medien (TV, Radio, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren etc.) und wissen, wie Inhalte in diesen präsentiert werden. Sie kennen die Bedeutung von „Open Innovation“ und wie diese zugänglich gemacht werden.

VAL.U4.E4.PC4 Die Studierenden entwickeln ein Bewusstsein für die Kernprinzipien digitaler Medien und deren Vorteile

Die Studierenden lernen die Kernprinzipien sozialer Medien wie Blogs, LinkedIn, Twitter etc. kennen und wissen über deren Nutzen Bescheid. Sie wissen, welche Plattform für welche Zielgruppe am effektivsten ist.



VAL.U4.E4.PC5 Die Studierenden wissen, was Öffentlichkeitsarbeit (PR) bedeutet und wie sie wirksame PR-Kampagnen organisieren können

Die Studierenden können Marketingwerkzeuge einsetzen, um mit den Zielgruppen zu kommunizieren und Werbematerial zu verteilen, das sich auf die Forschungsergebnisse, Innovationen und Projekte zu lebenslangem Lernen beziehen. Die Studierenden wissen:

1. Was Öffentlichkeitsarbeit (PR) ist und wie damit einen Mehrwert hinsichtlich Disseminierung und Verwertung von Projektergebnissen erreicht werden kann.
2. Wie sich PR von klassischer Werbung unterscheidet und in welchem Ausmaß PR dazu beitragen kann, die Ergebnisse jeder Maßnahme zu unterstützen.
3. Wie man eine wirksame PR-Kampagne organisiert, mit der man seine Ziele erreichen kann.

VAL.U4.E5 Recht des Geistigen Eigentums

In vielen Bereichen der Industrie stellt Geistiges Eigentum ein Kernelement der Geschäftsstrategie und eine treibende Kraft für Innovation und Kreativität dar. Aus wirtschaftlicher Sicht ist das Geistige Eigentum ein Grundpfeiler und wichtiger Impulsgeber für die Wirtschaft und für Wachstum. Daher muss Geistiges Eigentum, das im Zuge eines Projekts generiert wird, angemessen verwertet, geschützt und gefördert werden. Laut Definition der Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO) ist Geistiges Eigentum allgemein das gesetzliche Recht, das aus intellektueller Aktivität in den Bereichen Industrie, Wissenschaft, Literatur und Kunst entsteht. Es ist relativ einfach, mit dem Eigentumsrecht umzugehen, wenn es sich um eine Erfindung einer Person in einer einzelnen Institution handelt. Gemeinschaftliche Erfindungen, die durch Kooperationen entstehen, führen aber zu komplexeren Problemen und sollten im Vorfeld schon durch gut aufbereitete Verträge geregelt werden. Daher muss man sich im Zuge eines Projekts auch immer Gedanken um die Handhabung des Rechts des Geistigen Eigentums machen, sodass ein Gleichgewicht zwischen der Förderung der Innovation, der Honorierung der Urheber und der Zugänglichkeit für die Nutzer hergestellt werden kann.

VAL.U4.E5.PC1	Die Studierenden kennen die wichtigsten Aspekte des Rechts des Geistigen Eigentums
VAL.U4.E5.PC2	Die Studierenden kennen Techniken zur Bewertung des Rechts des Geistigen Eigentums
VAL.U4.E5.PC3	Die Studierenden können das Recht des Geistigen Eigentums durch Auslizenzierung kommerzialisieren

VAL.U4.E5.PC1 Die Studierenden kennen die wichtigsten Aspekte des Rechts des Geistigen Eigentums

Die Studierenden lernen, was Geistiges Eigentum tatsächlich ist, was der Unterschied zwischen „gewerblichem Eigentum“ und „Urheberrecht“ ist und sie verstehen was intellektueller Wert und Handelswert von Projektergebnissen bedeutet. Weitere Themen sind: Patente als Erfindungen und



Patente als Informationsquelle; die Notwendigkeit über positive wie negative Aspekte des Rechts des Geistigen Eigentums Bescheid zu wissen, wie z.B. wirtschaftlichen Nutzen durch Innovationen erhalten versus Beschränkungen für den Zugang zu Wissen schaffen. Die Studierenden verstehen die wachsende Bedeutung Geistigen Eigentums in der EU.

VAL.U4.E5.PC2 Die Studierenden kennen Techniken zur Bewertung des Rechts des Geistigen Eigentums

Die Qualität und Genauigkeit der Bewertung des Geistigen Eigentums haben sich zu einem Schwerpunkt eines jeden Projekts, das sich mit Geistigem Eigentum beschäftigt, entwickelt. Die Studierenden kennen die üblichen Verfahrensweisen wie z.B. Einkommensansatz (Schwerpunkt auf zukünftigen Einkommensüberschüssen), DCF-Methode („Discounted Cash Flow“, baut auf der Abzinsung von Zahlungsströmen zur Ermittlung eines Kapitalwerts auf), Venture-Capital-Methode, Realoptionsverfahren etc.

VAL.U4.E5.PC3 Die Studierenden können das Recht des Geistigen Eigentums durch Auslizenzierung kommerzialisieren

Der Wert eines Projekts wird durch die Lizenzierung des Projektergebnisses erhöht. Die Studierenden können den Technologietransfer in Europa nachvollziehen und kennen wichtige Aspekte des Wettbewerbsrechts. Die Studierenden wissen, dass die Handhabung und Lizenzierung von verschiedenen Formen Geistigen Eigentums wichtig ist und kennen die damit verbundenen Risiken.

