

## Partner

Valgfaget Sustainable innovation Camp er resultatet af et nyt og innovativt samarbejde mellem Copenhagen Business School, Øresund Entrepreneurship Academy, Lund University and Marketing Consulting Services.

I efterårssemestret 2008 vil Prof. Christoph Hienerth fra Department of Innovation and Organizational Economics (INO - CBS) i samarbejde med Marketing Consulting Services gentage succesen og igen udbyde valgfaget Sustainable Innovation Camp. Under faget vil 50 kandidatstuderende arbejde med temaerne innovation, bæredygtighed – CSR og virksomheds udvikling for at forberede de studerende til den afsluttende Instant Innovation Camp i december 2008. De studerende har forskellig uddannelses baggrund, fag, nationalitet og kommer fra forskellige universiteter herunder fra CBS.

Målet er med valgfaget er at supplere det traditionelle teoretiske valgfagsforløb med muligheden for at omsætte teori til praksis i en Instant Innovation Camp, hvor de studerende arbejder med reelle business cases fra sponsor virksomheder. Business casen kan berøre problemstillinger i forskellige afdelinger, eksempelvis Produktinnovation, CSR & Sustainability, HR og/eller Corporate Branding.

## Valgfaget

Valgfaget består af to dele. En teoretisk og en praktisk del.

I den teoretiske del af valgfaget vil de studerende arbejde med tre primære trin i den innovative proces: Identifikation, udvikling og screening og evaluering af værdifulde og bæredygtige ideer. Strategiske tilgange til innovation og bæredygtighed vil blive præsenteret i seks lektioner, som de sponsorerende virksomheder er velkomne til at deltage i.

### **Instant Innovation Campen**

Den praktiske del af valgfaget er Instant Innovation Camp, hvor de studerende på kort tid vil komme med bæredygtige og konkrete løsninger på business casen fra sponsor virksomheden. Forløbet starter med et Camp Kick-off i november, hvor virksomheden præsenterer Business Casen og diskuterer markedet og virksomhedens udfordringer med de studerende. På campen i december udvikles, udvælges og beskrives løsningerne i en intensivt 12 timers innovationproces efter Business Camp Metoden, hvor de studerende arbejder tæt sammen med relevante stakeholders fra industrien og universitet, der også deltager på campen.



Læs mere om Business Camp Metoden som er udviklet af Marketing Consulting Services på [www.instantinnovationcamp.dk](http://www.instantinnovationcamp.dk)

## Udbytte - sponsorer

- Konkrete og innovative løsninger, som virksomhederne kan implementere.
- Nye vinkler på strategiske udfordringer dokumenteret på skrift.
- Netværk med morgendagens talenter gennem et godt og tæt samarbejde.
- Praktisk og teoretisk viden om nye og effektive innovationsmetoder.

- Nye perspektiver på at integrerer sociale og miljømæssige udfordringer ind i virksomhedsplanen.
- Præsentation af løsningsforslag til virksomhedens ledelse.

## Sponsor erfaringer fra forårets valgfag

Dokumentation: se campfilmen om hvad SEAS-NVE, Novartis, Tryg-Vesta og SAS fik følgende ud af deres sponsorat – den tager 10 minutter:

[Instant Innovation Camp May 2008](#)

## Forpligtelser - sponsor virksomheder

- En relevant Business Case; nye produkter, forretningsområde, markeder, profilering/branding osv.
- Adgang til relevant information om virksomheden
- En dedikeret kontaktperson
- 2-3 relevante medarbejdere der kan deltage på 12 timers campen i starten af december 2008 samt på Kick-off mødet i november
- Ambitioner om at bruge løsningerne i virksomheden efter campen
- Sponsorudgift: 60.000, - kr. excl. moms per virksomheds case.

NB: valgfaget afholdes på engelsk

Se mere på valgfagets hjemmeside – [www.instantinnovationcamp.dk](http://www.instantinnovationcamp.dk)



### Copenhagen Business School

*Professor Christoph Hienerth*

- ansvarlig for den teoretiske del af valgfaget

### Marketing Consulting Services

*Business Developer & Process Manager Frederikke Kroon*

- ansvarlig for campdesign og styring af proces og resultater på valgfaget