

**Good practice:**  
***Innovatieweek***  
***Productontwikkeling***  
***Universiteit Antwerpen***

**Good practice: algemene gegevens**

<b>Departement/Faculteit/Studiegebied</b>	Ontwerpwetenschappen
<b>Opleiding</b>	Productontwikkeling
<b>Opleidingsonderdeel (OO)</b>	Innovatieweek
<b>Opleidingsfase/-jaar</b>	<input type="checkbox"/> PBA <input type="checkbox"/> Ac.BA <input checked="" type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> MNM <input type="checkbox"/> PG  Fase/jaar: 2 <sup>de</sup> master
<b>Aantal studiepunten (OO)</b>	3
<b>Contactpersoon</b>	Frank Goethijn

## INTEGRATIE IN HET CURRICULUM

### Monodisciplinair – interdisciplinair – instellingoverschrijdend?

Het opleidingsonderdeel “Workshop: innovatiweek” wordt **monodisciplinair ingericht**, maar studenten Productontwikkeling worden geacht **multidisciplinair te denken** aangezien een goed product gebaseerd is op kennis uit verschillende wetenschapsgebieden. Productontwikkelaars integreren kennis uit technologische wetenschappen, economische wetenschappen en menswetenschappen in de ontwikkeling van een nieuw, innovatief product.

### Afzonderlijk vak – geïntegreerd in het curriculum – themaweek?

Het gaat om een **themaweek**, maar het **thema “innovatie”** vormt in de opleiding Productontwikkeling een **rode draad doorheen het curriculum**.

Zo wordt bijvoorbeeld in de 3<sup>de</sup> bachelor aan ondernemerscompetenties gewerkt in het opleidingsonderdeel “Professionalisering”. In het eerste masterjaar realiseren de studenten tijdens de “International Design Week” in groep een origineel ontwerp en reflecteren ze over het proces.

### Keuzevak of verplicht vak?

In een pakket van 45 studiepunten aan verplichte opleidingsonderdelen is de innovatiweek één van de **verplichte opleidingsonderdelen in het 2<sup>de</sup> masterjaar**. Dit OO omvat 3 studiepunten.

De Masterproef vormt het grootste aandeel binnen de korf aan verplichte opleidingsonderdelen in het 2<sup>de</sup> masterjaar.

## TE ONTWIKKELEN ONDERNEMERSCOMPETENTIES

### Leerdoelen<sup>1</sup>

Vanuit de challenges die door verschillende ondernemingen worden voorgelegd, moeten studenten in staat zijn om **ondernemingen te begeleiden in de product-ideation fase** van het innovatieproces via diverse vormen van in-company brainstormingsessies, hackatons, etc.

<sup>1</sup> Leerresultaten in geval van een opleiding.

Studenten zijn in staat om via dergelijke technieken zelf tot **nieuwe productideeën** te komen en via het opmaken van een businessplan na te gaan of hun product in de markt kan worden gezet.

## EntreCompetences: welke focus?

De nadruk ligt op het **genereren van innovatieve ideeën via challenges** (fase 1, zie supra vraag 1). Om uiteenlopende nieuwe ideeën uit te werken, maken onze studenten gebruik van aangeleerde tools en technieken om “out of the box” te denken. Aan deze ideation-fase wordt ook het **maken van business plan** (met een financiële analyse en bronnenonderzoek) gekoppeld.

## ONDERWIJS- EN WERKVORMEN GERICHT OP HET ONDERSTEUNEN VAN ONDERNEMERSCHAP

### Zelfgestuurd en/of samenwerkend leren

De masterstudenten voltooien de **challenge als in een reële werksituatie**. De opdracht die ze van een onderneming ontvangen, voeren ze in team uit en dienen ze – zonder procesbegeleiding – tot een goed eind te brengen.

Tijdens de innovatieweek gaan de studenten in een team van ca. 5 à 6 zonder begeleiding van een docent aan de slag met hun opdracht. De docent ondersteunt vanop de achtergrond – indien nodig – procesmatig en maakt duidelijk wat best afgeleverd wordt.

### Casussen of projecten: samenwerking met het werkveld?

**Voor alle opdrachten wordt samengewerkt met ondernemingen.** De studenten werken een volle week aan het project en geven een nieuwe visie op de business en producten van ondernemingen. Talrijke ondernemingen waaronder Inbev, Alcatel, Recticel, Verhaert, Boone International, Procter&Gamble, Tupperware, Philips, MEC, 2B-Delighted, Europower, Materialise, Tiense Suiker, GateGourmet, Agfa, Belintra, E-Saturnus, Dymo, Nitto, Ecover, Orthobroker en Colruyt, Eternit, Bayer, DeBe Insoles, ENI, Oystershell, Surplus Distribution en Sleepoint namen reeds deel aan de Innovatieworkshops rond diverse thema's.

Gedurende de hele week zijn er **minimaal drie contacten met de onderneming**:

- Er is een startbriefing met de onderneming op maandagvoormiddag.
- Er is een tussenbriefing voor terugkoppeling op woensdagnamiddag.
- Op vrijdagnamiddag is er presentatie en feedback.

Sommige ondernemingen komen dagelijks of vergaderen dagelijks via skype. Sommigen organiseren een bedrijfsbezoek op maandag.

Per innovatieweek wordt rond 1 thema gewerkt. In het academiejaar 2018-2019 werd de keuze gemaakt om alle opdrachten rond start-up uit te werken en niet te werken rond een specifiek thema. Vorige academiejaren werd bijvoorbeeld gewerkt rond weekthema's als "Space for Earth", "Health", "Van Technologie naar Product", "Trends" en "Experience Design".

## Andere didactische werkvormen

De studenten moeten tijdens de innovatieweek **in de rol** kruipen **van zelfstandig consultant of een ontwerp bureau**. De **onderneming is de klant** van het team van 5 studenten. De studenten hebben tijdens hun studieloopbaan PO uitgebreid kennis gemaakt met tools en methodes voor new product ideation. In hun afstudeerfase moeten zij in staat om zelfstandig tot een resultaat te komen.

Ondernemingen brengen producten op de markt die - gebaseerd op bestaande know-how, productie, distributie en markt - de juiste functie vervullen voor de juiste doelgroep. Markten veranderen, trends wijzigen, nieuwe technologie komt beschikbaar. Kansen voor innovatie en productontwikkeling. Tijdens deze projectweek gooien industriële partners uit verschillende sectoren hun toekomstvraag in de ring. De teams van studenten gaan de creatieve uitdaging aan om de **thema's te vertalen naar toekomstgerichte productconcepten**.

De output van de workshops kan zijn:

### 1. Productideeën:

Nieuwe productideeën resulterend in gebruiksscenario's, quick designs, concept designs.  
- Nieuwe toepassingen voor bestaande technologie.  
- Oplossingen voor nieuwe problemen of voor problemen die belangrijker worden.

### 2. Ondernemingsideeën:

Definiëren van nieuwe business opportuniteiten gerelateerd aan de ondernemingsdoelstellingen. Omschrijving en kwantificering van doelgroepen, functies, en specificaties van nieuwe producten.

### 3. Onderzoekthema's:

Hypothesen voor verbetering definiëren en een plan voor het te verrichten onderzoek om dit te valideren. Dit kan aanleiding geven tot verder onderzoek of eventueel een masterproef.

## 4. Value by design:

Hoe kunnen bepaalde producten of productgroepen een meerwaarde krijgen door vormgeving. Design is voor ons slechts een deel van de productontwikkeling, maar we mogen ook onze expertise in dit aspect niet vergeten te valoriseren.

- Welke zijn interessante trends waarmee moet worden rekening gehouden?
  - Wat doet de concurrentie, wie wint awards en waarom?
  - Welke meerwaarde bereiken we door design? (emotioneel, functioneel, productietechnisch, ...)
- Omgevingsanalyse, trendanalyse en conclusies, resulterend in designvoorbeelden, moodboards, design specificaties.

## EVALUATIE: VORMEN VAN FEEDBACK

Aan het eind van de week **presenteren** de studenten (per projectgroep) hun **resultaat**. Aan elke aanwezige wordt gevraagd een evaluatieblad in te vullen over de resultaten van elke groep. Het publiek bestaat uit vertegenwoordigers van de onderneming, docenten die uitgenodigd werden en de studenten zelf.

De **beoordelingscriteria** zijn: innovatie, haalbaarheid, diepgang van de uitwerking, doeltreffendheid van de visualisatie, nut voor de onderneming.

Aan de hand van een **peer-to-peer evaluatie** moeten de studenten van de eigen groep elkaar beoordelen. De te beoordelen criteria zijn: productiviteit, stimulans voor de groep, stiptheid, creativiteit, communicatievaardigheid. De gegevens worden verwerkt in een rekenblad en de studenten krijgen achteraf de scores onder de vorm van een brochure (digitaal of gedrukt).

Er is feedback over de resultaten bij de debriefing met de onderneming bij de postertentoonstelling.

## UITDAGINGEN EN KANSEN

Een uitdaging is om de innovatieweek **interdisciplinair** te organiseren. Een samenwerking met de Faculteit Bedrijfswetenschappen en economie zou hierbij een mooie toegevoegde waarde vormen. Dit zou voor beide studentenprofielen een win-win situatie betekenen, maar dit vraagt een afstemming van de curricula op elkaar wat administratief-organisatorisch gezien niet eenvoudig is en bijgevolg tijd vraagt. Momenteel worden wel soms studenten betrokken vanuit de Toegepaste Economische Wetenschappen, maar deze interdisciplinaire samenwerking werd nog niet structureel ingebouwd in de curricula.