UNIVERSITEIT GENT

Studiefiche

Vanaf academiejaar 2026-2027

Innovatie-onderzoek (KO01191)

Cursusomvang *(nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)*

Studiepunten 5.0 **Studietijd 150 u**

Aanbodsessies in academiejaar 2027-2028

A (semester 1) Nederlands Gent

Lesgevers in academiejaar 2027-2028

Mechant, Peter PS01 Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2027-2028	**stptn**	**aanbodsessie**
Bachelor of Science in de communicatiewetenschappen	5	A
Master of Science in de industriële wetenschappen: industrieel ontwerpen	5	A
Postgraduaatsopleiding Erfgoed en samenleving	5	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Gebruikersonderzoek, methodologie, innovatie-onderzoek, innovatie-management, procestools, communicatietools, user-centric innovatie-ontwikkeling, co-creatie

Situering

Het eerste vak in de leerlijn Nieuwe Media & Maatschappij (Media, Technologie en Innovatie (Ba1)) kaderde het belang van innovatie voor elke vorm van media en communicatie, en schetste het 'user-centric' zijn als één van de drie basisvoorwaarden voor een succesvolle media en/of (ICT-)innovatie.
Dit opleidingsonderdeel maakt studenten vertrouwd met een breed scala aan onderzoeksmethodes om in elke fase van het innovatie-ontwikkelingsproces de juiste gebruikersinzichten te integreren, en die ook op relevante manier door te vertalen naar potentiële stakeholders (ontwikkelaars, management ...). Het doel van dit opleidingsonderdeel is drieledig: (1) het overstijgen van het klassieke sociaalwetenschappelijke arsenaal aan onderzoeksmethodes, (2) het kunnen selecteren van de juiste mixed-method approach, (2) het bewust maken van het belang van interdisciplinariteit, en de juiste doorvertaling (communicatie) an onderzoeksresultaten afhankelijk van de stakeholder.
Dit opleidingsonderdeel situeert zich in twee opleidingen: de leerlijn Nieuwe Media & Maatschappij van Communicatiewetenschappen en in de pijler Erfgoed in de digitale wereld van de Postgraduaatsopleiding Erfgoed en samenleving.

Inhoud

Het opleidingsonderdeel Innovatie-onderzoek omvat een zeer breed spectrum aan methodes (+70 methodes). De gebruiker staat hierbij telkens centraal, en afhankelijk van de fase in het ontwikkelingsproces (opportuniteit, productfase, marktfase, live) en de stakeholder waarvoor/waarmee met (samen)werkt is een andere combinatie van methodes aangewezen. Bij wijze van kapstok en gidsfunctie doorheen al deze methodes hoort bij dit opleidingsonderdeel ook een User Innovation Toolbox en bijhorende kaart (via Politeia/docent).
Na een algemene introductie tot de concepten van innovatie, innovatie-ontwikkelingsprocessen en innovatiemanagement in het domein van nieuwe media en innovatie, volgt de lesagenda de logica achter deze kaart. De fase van 'ideation' op opportuniteitsidentificatie vormt daarbij het startpunt. Daarbij worden studenten niet alleen ingewijd in methodes als scenario-analyse of environmental scanning, maar worden ze ook bewust gemaakt van de vele gevaren en

innovatiedrempels in deze fase. Eens een opportuniteit is geïdentificeerd volgt een tweede blok methodes. Methodes om gebruikersinzicht te integreren in de fase waarin een innovatie (product of dienst) effectief 'gemaakt' wordt. Daarbij moet vooral met productontwikkelaars worden samengewerkt, en worden een reeks methodes voor co-creatie, co-design en usability aangereikt. Een derde blok is set methoden om richting 'markt' te gaan, en onder meer een business model te voeden met input rond marktpotentieel en willingness-to-pay. Eens geïntroduceerd, is er tenslotte en vierde blok methodes om gebruiker en gebruik ook te monitoren in de 'live'fase. Tussen elk van deze fases en methodes zijn meerdere vaar- of feedbacklijnen die duidelijk maken dat user-centric innovatie-onderzoek allesbehalve een lineair, maar vooral een iteratief en cyclisch proces is.

Begincompetenties

Aanbevolen: Academisch denk- en werkniveau, vertrouwd zijn met de lesinhoud van de opleidingsonderdelen 'Media, Technologie en Innovatie (Ba1)' en 'Kwantitatieve Technieken (Ba2)' of de erin beoogde competenties op een andere manier verworven te hebben.

Eindcompetenties

1 Kennis hebben en het kunnen toepassen van de juiste combinaties van onderzoeksmethodes (mixed method) in functie van innovatie-onderzoek, meer specifiek in functie van de nood aan inzicht die zich stelt vanuit gebruikersstandpunt (inzicht in nieuwe gebruikspatronen van media of ICT) of bedrijfsstandpunt (hoe maak ik m'n innovatie zo gebruikersgecentreerd mogelijk?)
2 Het kunnen overstijgen van het traditioneel communicatiewetenschappelijk methodologisch arsenaal door ook methodes en onderzoekskaders uit andere disciplines (sociologie, sociale psychologie, HCI, marketing/econometrie ...) te kennen en toe te passen
3 Het kennen en kunnen toepassen van wetenschappelijke literatuur inzake innovatie-onderzoeksmethoden en kaders
4 Vertrekkend vanuit een actuele problematiek of uitdaging voor een media- en/of - ICT bedrijf, de relevante beroepsrelevante vraagstukken identificeren, operationaliseren, analyseren en beantwoorden
5 Relevant ontwikkelingen met betrekking tot innovatievraagstukken inzake nieuwe media & ICT kunnen kaderen en analyseren binnen de aangereikte leerstof

Creditcontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

Examencontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via examencontract is open

Didactische werkvormen

Werkcollege, Hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

De ruggegraat van de cursus wordt gevormd door de hoorcolleges (bij voorkeur on campus, indien niet mogelijk mix van online en roterend on campus). In het gros van de hoorcolleges worden methodes voor innovatie-onderzoek toegelicht, een reeks proces- en communicatietools aangereikt, en geïllustreerd aan de hand van lopend of actueel onderzoek. Om de student op een voldoende tastbare manier kennis te laten maken met deze methodes, worden deze hoorcolleges ook gecombineerd met andere didactische werkvormen. Bovenop de hoorcolleges worden ook on campus werkcolleges aangeboden: een workshopformat waarbij men vertrouwd wordt gemaakt met een aantal van de aangereikte tools en methodes (vrijwillig, verplicht voor studenten postgraduaat Erfgoed en Maatschappij). Lesopnames zijn beschikbaar voor alle studenten. Lesopnames zijn permanent beschikbaar gedurende het semester.

Studiemateriaal

Type: Syllabus

Naam: Syllabus Innovatie-onderzoek (aangeboden via Ufora)
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Nederlands
Aantal pagina's : 274
Beschikbaar op Ufora : Ja
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar via studentenvereniging : Nee

Type: Slides

Naam: PowerPointslides docent en gastsprekers
Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding
Optioneel: nee
Taal : Nederlands
Beschikbaar op Ufora : Ja
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar in de bibliotheek : Nee
Beschikbaar via studentenvereniging : Nee

Type: Andere

Naam: Kaartset User Innovation toolbox via lesgever
Richtprijs: € 30
Optioneel: nee
Taal : Engels
Auteur : Lieven De Marez
ISBN : 978-9-46337-138-4
Aantal pagina's : 162
Beschikbaar op Ufora : Nee
Online beschikbaar : Nee
Beschikbaar in de bibliotheek : Ja
Beschikbaar via studentenvereniging : Ja
Gebruik en levensduur binnen het opleidingsonderdeel : regelmatig
Gebruik en levensduur binnen de opleiding : regelmatig
Gebruik en levensduur na de opleiding : af en toe

Referenties

Cf. Literatuurbundel in de syllabus (jaarlijkse update, en ook via Ufora ter beschikking gesteld)

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Op afspraak

Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie open boek

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie open boek

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Participatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Niet van toepassing

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Studenten Communicatiewetenschappen
Het examen betreft een schriftelijk open boek examen waarin onder meer aan de hand van innovatie-vraagstukken in de recente actualiteit, alsook hypothetische innovatie-uitdagingen gepeild wordt naar de mate waarin de studenten de opgedane kennis op correcte en kritische manier kunnen toepassen op een innovatie-uitdaging die zich stelt vanuit gebruikers-, markteconomisch of beleidsmatig standpunt. Meer specifiek wordt daarbij getoetst of men de situaties juist weet in te schatten en de juiste combinatie van methodes weet in te zetten.

Los van dit examenpunt, wordt ook geëvalueerd op de (kwaliteit van) de participatie aan de vrijblijvende workshops doorheen het semester.

Eindscoreberekening

Periodegebonden evaluatie. 20 punten obv het finale examen. (Studenten die het vrijwillige workshop traject kiezen: finale examen op 16 punten + 4 punten obv de (kwaliteit van) participatie aan de workshops doorheen het semester).

Faciliteiten voor werkstudenten

- mogelijkheid tot GIT traject
- mogelijkheid om alternatieve data voor examen en feedback aan te vragen
- mogelijkheid tot vervangende individuele paper-opdracht (ter vervanging van de groepsoefening)