

Modulbezeichnung	Produktmanagement 1	
Semester	6	
Dauer	1 Semester	
Art	Pflichtfach	
ECTS-Punkte	5	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BaMD, BaMDP	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2h oder mündliche Prüfung und/oder Projektarbeit und/oder Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Labor	
Modulverantwortlicher	A. Haja	
Qualifikationsziele	Wissen um die Voraussetzungen, Faktoren und Abläufe bei der Neu- bzw. Weiterentwicklung technischer Produkte. Kennen und Anwenden von Methoden zum strukturierten Innovationsmanagement. Wesentlichen Bestandteile eines Businessplans können benannt werden. Es kann eine Geschäftsidee für ein technisches Produkt ausgearbeitet sowie eine Markt- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt werden. Ebenso können eine Zielgruppenanalyse durchgeführt sowie eine Produktpositionierung im Zielmarkt erarbeitet werden.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Produktideen und Grundzüge des Innovationsmanagements - Geschäftsideen und Produktbeschreibungen - Elemente eines Businessplans - Durchführen einer Markt- und Wettbewerbsanalyse - Produktpositionierung und Zielgruppenanalyse - Projektplanung und Präsentationstechniken 	
Literatur	<p>Bruhn, M. (2014) "Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis", Springer-Gabler</p> <p>Nagl, A. (2014) "Der Businessplan", Springer-Gabler</p> <p>Warmer C. / Weber S. (2014) "Mission Startup", Springer-Gabler</p>	
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
A. Haja	Produktmanagement 1	4