

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Produktmanagement 1</b>	
<b>Semester</b>	6	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>Art</b>	Pflichtfach	
<b>ECTS-Punkte</b>	5	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	BaMD, BaMDP	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Klausur 2h oder mündliche Prüfung und/oder Projektarbeit und/oder Referat	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Vorlesung, Labor	
<b>Modulverantwortlicher</b>	A. Haja	
<b>Qualifikationsziele</b>	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.	
<b>Lehrinhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktideen und Grundzüge des Innovationsmanagements</li> <li>- Geschäftsideen und Produktbeschreibungen</li> <li>- Elemente eines Businessplans</li> <li>- Durchführen einer Markt- und Wettbewerbsanalyse</li> <li>- Produktpositionierung und Zielgruppenanalyse</li> <li>- Projektplanung und Präsentationstechniken</li> </ul>	
<b>Literatur</b>	<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>	
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
A. Haja	Produktmanagement 1	4