

Modulbezeichnung	Produktmanagement 1	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BaMD, BaMDP	
Prüfungsform und -dauer	Projektarbeit und 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		
Bruhn, M. (2014) "Marketing - Grundlagen für Studium und Praxis", Springer-Gabler Nagl, A. (2014) "Der Businessplan", Springer-Gabler Warmer C. / Weber S. (2014) "Mission Startup", Springer-Gabler		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
A. Haja	Produktmanagement 1	4