

Modulbezeichnung	Produktmanagement 2	
Semester	7	
Dauer	1 Semester	
Art	Pflichtfach	
ECTS-Punkte	8	
Studentische Arbeitsbelastung	90 h Kontaktzeit + 150 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	Systematische Zielgruppenbestimmung für ein neues Produkt und detaillierte Ausarbeitung mit Hilfe von Milieubetrachtungen. Erstellen von Marketing-Material und Ausarbeitung von Werbekonzepten. Ausarbeitung von Kundenbefragungen auf der o.g. Basis sowie deren Durchführung und Auswertung. Erarbeiten eines technischen Konzeptes für das Produkt inklusive Aufwandsschätzung und Risikobetrachtung.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Detaillierte Ausarbeitung von Produktideen - Zielgruppenanalyse auf Basis von Milieu-Studien - Ausarbeitung von Marketing-Material und Werbekonzepten - Erstellen, Durchführen und Auswerten einer Kundenbefragung - Aufwandsschätzung für die Produktentwicklung - Durchführen einer Risikoanalyse - 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 2	6