

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Produktmanagement II</b>	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	8 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Pflichtfach	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	90 h Kontaktzeit + 150 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	BaMD, BaMDP	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Projektarbeit und Referat	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Vorlesung, Labor	
<b>Modulverantwortlicher</b>	A. Haja	
<b>Qualifikationsziele</b>		
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 sowie eines Prototypen für das Produkt inklusive Aufwandsschätzung und Risikobetrachtung.		
<b>Lehrinhalte</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detaillierte Ausarbeitung von Produktideen</li> <li>- Zielgruppenanalyse auf Basis von Milieu-Studien</li> <li>- Ausarbeitung von Marketing-Material und Werbekonzepten</li> <li>- Erstellen, Durchführen und Auswerten einer Kundenbefragung</li> <li>- Aufwandsschätzung für die Produktentwicklung</li> <li>- Durchführen einer Risikoanalyse</li> <li>- Projektplanung und Präsentationstechniken</li> </ul>		
<b>Literatur</b>		
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		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
A. Haja	Produktmanagement II	6