

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Produktmanagement I</b>	
<b>Semester (Häufigkeit)</b>	6 (jedes Sommersemester)	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Pflichtmodul	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	30 h Kontaktzeit + 120 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	BMD, BIBS, BMDPV	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Portfolio, Klausur 2h oder mündliche Prüfung	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Vorlesung, Labor	
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	A. Haja	
<p><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.</p>		
<p><b>Lehrinhalte</b></p> <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>		
<p><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</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozenten/-innen</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
A. Haja	Produktmanagement I	4