

MODULBESCHREIBUNG FÜR MODULE MIT NUR EINEM KURS

KURSBESCHREIBUNG	Product Management
Code	07010007.EN/17
Fachbereich(e)	Angewandte Psychologie
Studiengang /-gänge	Angewandte Psychologie
Vertiefungsrichtung(en)	Wirtschaftspsychologie
Art des Studiengangs	Bachelor
Studienniveau (Erklärung am Ende)	x Basic <input type="checkbox"/> Intermediate <input type="checkbox"/> Advanced <input type="checkbox"/> Specialised
Typus (Erklärung am Ende)	x Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlpflicht <input type="checkbox"/> Wahlmodul
ECTS-Credits	3
Kontaktlektionen¹	24
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, angeleitetes und individuelles Selbststudium)	Kontaktstudium: 24 Lektionen (=18 Stunden; Mischform aus Präsenz- und Online-Unterricht) Angeleitetes Selbststudium mit Gruppenarbeit: 24 Stunden Individuelles Selbststudium: 47 Stunden + schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Verantwortliche Ansprechperson	Stephanie Greiwe
Telefon/E-Mail	062 957 22 87
Lernziele/Kompetenzen	<p><u>Fachkompetenzen</u> Die Teilnehmenden kennen die Aufgaben und Herausforderungen des Product Managements. Die Teilnehmenden wissen, wie sie neue Produkte und Leistungen auf Basis der Marketingstrategie systematisch initiieren, gestalten, implementieren und verbessern können.</p> <p><u>Methodenkompetenzen</u> Die Teilnehmenden lernen, wie sie die Instrumente des Product Managements erfolgreich anwenden können.</p> <p><u>Selbstkompetenz</u> Die Teilnehmenden haben eine ganzheitliche strategische und operative Betrachtungsweise vom Product Management. Sie wissen um die Bedeutung eines integrierten Vorgehens und die verschiedenen Rollen im Team, um Produkte erfolgreich zu managen und zu vermarkten. Die Teilnehmenden setzen sich kritisch mit der Frage auseinander, inwieweit für sie selbst eine Tätigkeit im Product Management in Frage kommt.</p>

¹ Total der Einzellektionen

Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation des Product Managements sowie Ziele, Aufgaben und Anforderungen sowie Abgrenzung und Zusammenarbeit mit anderen Unternehmens-Bereichen - Strategisches Product Management inkl. Abstimmung mit der Unternehmensstrategie - Von der Produktvision über Prototypen zu neuen Produkten und Leistungen - Gestaltung des Marketing-Mixes (ohne Marketing-Kommunikation): <ul style="list-style-type: none"> - Leistungsgestaltung - Preisgestaltung - Distribution - Produkte im Markt einführen - Sortimentsgestaltung und -bereinigung und Produktportfolio-management
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> - Lehrgespräch - Kurze Erklärvideos - Gruppenarbeiten mit Kurzpräsentationen - Übungen und Diskussionen - Selbststudium ausgewählter Kapitel mit leitenden Fragen
Unterrichtssprache	Deutsch
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Schriftliche Prüfung (60 Minuten)
Notenskala	6er Skala. 6 = beste Note
Bibliographie	<p>Kapitelweise Auszüge folgender Bücher</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herrmann, A.; Huber, F. (2013): Produktmanagement. Grundlagen – Methoden – Beispiele, 3. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. - Homburg, Ch.: (2017): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. - Aumayr K. (2013): Erfolgreiches Produktmanagement. 3. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler. - Bruhn, Manfred (2014): Kommunikations-Politik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 8., überarbeitete Auflage, Verlag Franz Vahlen: München. <p>Sämtliche relevante Literatur wird den Studierenden in elektronischer Form auf Moodle bereitgestellt.</p>
Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)	BWL Grundlagen, BWL Marketing
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	Product Development
Schnittstellen zu anderen Modulen und Kursen	

Bemerkungen	
--------------------	--

LEGENDE

*Level *Studienniveau	B Basic level (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets) I Intermediate level (Modul zur Vertiefung der Basiskonntnisse) A Advanced level (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz) S Specialised level (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
*Type * Typus	C Core course/Pflichtmodule (Kerngebiet eines Studienprogramms) R Related course/Wahlpflichtmodule (Unterstützung des Kerngebiets mit Vermittlung von Vor- oder Zusatzkenntnissen) M Minor course/Wahlmodule (Ergänzungskurs/-modul)

07.08.2020/SG