

Gültig für 2024.FS

<b>Modulbezeichnung: Product Management &amp; Design</b>	
Modulkürzel	w.BA.XX.3PMD-BD.XX
Beschreibung des Moduls	Produktmanagement ist die Steuerung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios von Unternehmen über den gesamten Lebenszyklus. In diesem Modul lernen die Studierenden, welche Methoden und Tools dabei eingesetzt werden können. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Value Proposition Design, dem Aufbau und der Steuerung der Nutzenwahrnehmung des Kunden.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	<b>Modultyp:</b> Pflichtmodul
	<b>Studienabschnitt:</b> Hauptstudium
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Rainer Fuchs (fuhs)
Modulverantwortung Stellvertretung	Jens Haarmann (haar)
Spezifische Vorkenntnisse	BSc gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> <li>§ Fachkompetenz</li> <li>§ Methodenkompetenz</li> <li>§ Sozialkompetenz</li> <li>§ Selbstkompetenz</li> </ul>
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>§ Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>§ Wissenschaftliche Methoden</li> <li>§ Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>§ Nutzung von Informationen</li> <li>§ Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Schriftliche Kommunikation</li> <li>§ Mündliche Kommunikation</li> <li>§ Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>§ Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>§ Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>§ Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>
Lernziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ verstehen den Unterschied zwischen Produkteigenschaften, Produktnutzen und Kundenwert.</li> <li>§ kennen Methoden zur Analyse von Kunden und deren Bedürfnissen.</li> <li>§ können einen Fragebogen für Kundeninterviews entwickeln, um deren Bedürfnisse zu eruieren.</li> <li>§ kennen Erfolgsfaktoren im Management von Produkt-Innovationsprojekten.</li> <li>§ können Bedürfnisse von Kunden korrekt formulieren und daraus Produkteigenschaften ableiten.</li> <li>§ wissen, wie man aus Kundenbedürfnissen ein Produktkonzept ableitet.</li> <li>§ kennen und verwenden verschiedene Kreativitätstechniken, die zur Gewinnung von Ideen für Produktinnovationen einsetzbar sind.</li> <li>§ kennen Ansätze zur Preispositionierung, - Festsetzung und -Umsetzung.</li> <li>§ definieren zielgruppengerechte Kommunikationsbotschaften.</li> <li>§ wenden Beeinflussungstaktiken gezielt an, um in Projektsituationen Ziele zu erreichen.</li> <li>§ kennen das Konzept der mikropolitischen Einflussnahme und wissen, wie man die Dimensionen der Mikropolitische Einflussnahmen trainieren kann.</li> </ul>

Inhalte des Moduls	§ Value Proposition Design § Kundenanalyse § Innovationsprojekt-Management § Product Requirement Management § Produktkonzept-Synthese § Vermarktung von Innovationen § Testing Product Market Fit § Laterale Führung		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Projektarbeit § Literaturstudium	<b>Eingesetzte Sozialformen:</b> § Einzelarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos § Unterrichtsaufzeichnungen § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	<b>Kontaktstudium</b>	<b>Begleitetes Selbststudium</b>	<b>Autonomes Selbststudium</b>
Grossklasse	28 h	-	
Kleinklasse	28 h	-	
Gruppenunterricht	-	64 h	
Praktikum	-	-	
Seminar	-	-	
<b>Total</b>	<b>56 h</b>	<b>64 h</b>	
<b>Leistungsnachweise</b>			
<b>Modulendprüfung</b>	<b>Form</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
-	-	-	-
<b>Hilfsmittel</b>	-		
<b>Andere</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Dauer (Min.)</b>	<b>Gewichtung</b>
Referat/mündliche Präsentation	Note	15	40,00 %
Referat/mündliche Präsentation	Note	30	60,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Andere Anwesenheit bei den Leistungsnachweisen zwingend		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	-		
Ergänzende Literatur	Wird über Moodle zur Verfügung gestellt.		
Bemerkungen	-		