

2019.FS

Modulbezeichnung: Produkt, Service & Innovationsmanagement	
Modulkürzel	w.MA.XX.PSIM.14HS
Beschreibung des Moduls	Das Modul deckt das gesamte Spektrum des modernen Produktmanagements ab. Der Begriff Produkt schliesst dabei sowohl tangible Produkte als auch Dienstleistungen mit ein. Vertieft behandelt werden Innovationsmanagement, Konzepte zur Markteinführung, Alternativen in der Reifephase des Produktlebenszyklus, Sortimentsgestaltung. Abgrenzung: Dieses Modul deckt die Produkte-Achse ab. Die Kunden-Achse wird parallel im 2. Semester abgedeckt durch das Modul „Integriertes Kundenmanagement: Akquisition, Entwicklung & Retention“.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management Ltg.
Modulverantwortung	Rainer Fuchs (fuhs)
Modulverantwortung Stellvertretung	-
Spezifische Vorkenntnisse	MSc Module gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § geben die Trends im PDM (Strategisch, organisatorisch, prozessual) wieder. § erläutern die diversen Schulen / Denkweisen in der Qualitätspolitik. § reproduzieren die Herausforderungen des Dienstleistungsmanagements. § wenden die Conjoint Analyse an. § wenden die Quality Function Deployment an. § wenden Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung im Innovationsmanagement an. § vertiefen das Thema Product Pricing. § setzen die Denkweise der Servitization in den korrekten Kontext. § wenden die Methoden Synektik und Morphologische Analyse zur Urteilsfindung an. § beurteilen Produkttestverfahren (Volltest, Partialtest, Feld- und Laborexperimente). § profilieren Produkte mittels Value-Added-Service-Design.

Inhalte des Moduls	§ Grundlagen und Begriffe des Produktmanagements § Innovationsmanagement und Innovationsprozesse § Herleitung von Spezifikationen für Produkte und Dienstleistungen § Methoden des Qualitätsmanagements und Requirements Management § Produktdifferenzierung und Alleinstellungsmerkmale § Produktkommunikation unter Berücksichtigung von Verkaufstechniken § Trends im Produkt Management		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Übungen § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	Lehrvideos		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	30 h	-
	Übung	30 h	-
	Projektarbeit	-	60 h
	Seminar	-	-
	Total	60 h	60 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	Schriftliche Prüfung	open book	60
	Hilfsmittel	nicht programmierbarer Taschenrechner	mit Diktionär
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	Videoerstellung zum Thema Trends im Produktmanagement	Note	15
	Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.		
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	-		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Bruhn, M. & Hadwich, K. (2017). Produkt- und Servicemanagement: Konzepte, Prozesse, Methoden. 2. Auflage. Vahlen. ISBN 3800653591.		
Ergänzende Literatur	Wird auf Moodle aufgeschaltet		
Bemerkungen	<p>Der Leistungsnachweis Videoerstellung erfolgt als Gruppenarbeit. Es wird eine Gruppennote vergeben. Die Gruppen haben bei Zustimmung aller Gruppenmitglieder die Möglichkeit, dem Dozierenden Abweichungen von der Gruppennote für die Individualnote von max. +/- 0.5 Notenpunkten vorzuschlagen. Der Durchschnitt der Individualnote muss dabei der vergebenen Gruppennote entsprechen.</p> <p>Der Leistungsnachweis „Gruppenarbeit Videoerstellung“ besteht aus zwei Teilen: 1. Aktivieren der Gruppeneinteilung: Registrierungspflicht; Sanktion bei Nichtregistrierung: Fail und Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. 2. Vorbereitung und Einreichen der Gruppenarbeit Videoerstellung; Sanktion bei nicht fristgerechtem Einreichen: Fail und Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. Dies betrifft die gesamte Gruppe; Sanktion bei nicht erfolgter Kontaktaufnahme mit der Gruppe innerhalb von 48 Stunden und/oder Nicht-Beteiligung an der Erarbeitung: Fail und Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.</p>		