

Moduldetails

TWIW3030: Produkt und Markt

Modulname	Produkt und Markt
Modulnummer	TWIW3030
Modultyp	Allgemeines Profilmodul
ECTS Creditpoints	6
Studienjahr	3
Dauer	2 Studienhalbjahre
Semesterwochenstunden	6
Workload Präsenz (h)	72 h
Workload Selbststudium (h)	108 h
Lehrveranstaltungen (Units)	TWIW3030.1: Internationales Marketing TWIW3040.2: Produktmanagement
Prüfungsleistungen benotet	1
Prüfungsleistungen unbenotet	0
Lernziele	<p>Im Rahmen dieser Studieneinheit wird der Student in spezifischen Marketing Methoden eingeführt. Ziel ist es, jeweils den theoretischen Rahmen zur Lösung von praktischen, international ausgerichteten Problemfällen anzuwenden.</p> <p>Der Student kann zum Stand des Produktmanagements in einem Unternehmen kritisch Stellung beziehen, ein Produkt in dessen Lebenszyklus identifizieren und selbst-ständig angemessene Lösungen zur Produktlebensverlängerung oder –substitution entwickeln, bewerten und auswählen.</p>

Lerninhalte	
	<p>Internationales Marketing</p> <p>Internationale Wettbewerbsanalysen Schaffung der informatorischen Basis Auslandsmarktforschung und Auslandsmarktselektion Auslandsmarketingstrategie Auslandmarktbezogenes Marketing-Mix Rhetorik des Kundengesprächs Vorbereitung von Auslandsgeschäften Einschätzung und Bearbeitung von Kundenanfragen Unternehmens- und Produktvorstellung Erstellung von Angeboten, Auftragsverhandlungen und Nachverhandlungen Auftragsbestätigung Rhetorik des Kundengesprächs</p> <p>Produktmanagement</p> <p>Grundlagen Produktlebenszyklen Innovation und Produktmanagement in verschiedenen Industrien Produktmanagement als interne und kundenorientierte Koordinationsfunktion Organisation des Produktmanagement Die Rolle des Key Account Management Stab- oder Linienabteilung der Geschäftsleitung, des Marketing, des Vertriebs oder in F&E Informationsbeschaffung und –verarbeitung des Produktmanagements Informationsquellen (Primärquellen und Sekundärquellen), praktische Informationsbeschaffung und –auswertung Praktische Wettbewerbsanalyse Pflichtenhefte, Produktspezifikationen, Projektbeschreibungen Dokumentation der Kundenerwartungen Abstimmung von Kundenwünschen und Unternehmensmöglichkeiten Koordination einer detaillierten Produktdefinition Dienstleistung als Produktkomponente Verlängerung des Produktlebenszyklus Produktmodifikationen, Relaunch Relaunch oder Neudefinition Integration von Dienstleistungskonzepten Koordination einer detaillierten Produktdefinition Fallstudien</p>

Zu den Modultypen:

Kernmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang (an allen Standorten)

Allgemeines Profilmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang in der speziellen Vertiefung / Schwerpunkt an allen Standorten

Lokales Profilmodul

Pflichtfach für diesen Studiengang in der speziellen Vertiefung / Schwerpunkt am gewählten Standort

Die Änderungen der neuen Prüfungssatzung sind hier nur teilweise abgebildet. Für detaillierte Informationen wenden Sie sich bitte an Ihren Studiengangsleiter.