

## 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&amp;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.