

Produktmanagement

Sonstiges · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufскоaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: <https://www.iu-akademie.de>



[Kurs online ansehen](#)

01

Kursbeschreibung

Als Produktmanager:in bist Du die treibende Kraft hinter der Entwicklung und Markteinführung neuer Produkte. Du bist verantwortlich für die Planung, Steuerung und Kontrolle von Produkten und Dienstleistungen während des gesamten Produktlebenszyklus. Mit Deiner Online-Weiterbildung Produktmanagement an der IU Akademie erhältst Du das nötige Rüstzeug für Deinen Zukunftsjob.

In Deiner Weiterbildung lernst Du die Grundlagen des Produktmanagements, die Techniken der Anforderungsermittlung und -dokumentation sowie die Methoden zur Durchführung von Produkt- und Markttests kennen. Du erhältst Einblicke in das Konsumentenverhalten und lernst, wie Du Produktstrategien entwickelst sowie umsetzt. Darüber hinaus beschäftigst Du Dich mit der Generierung und Validierung von neuen Produktideen und dem Management von Produkten nach der Markteinführung. Nach Deinem Abschluss bist Du in der Lage, die Anforderungen Deiner Kunden zu verstehen und in erfolgreiche Produkte umzusetzen. Dabei bedenkst Du dank Deines neuen Wissens aus dem Abschlussseminar "Produktmanagement" auch die Rolle der Digitalisierung. Mit Deiner Online-Weiterbildung Produktmanagement legst Du den Grundstein für eine erfolgreiche Karriere im Produktmanagement.

02

Lehrplan & Module

1. Grundlagen des Produktmanagements

Das Produktmanagement ist eine Funktion, die sich mit der Planung, Steuerung und Kontrolle von Produkten und Dienstleistungen während des gesamten Produktlebenszyklusses beschäftigt. Der Produktmanager als Hauptverantwortlicher eines Produktes muss verschiedene Disziplinen beherrschen, um sein Produkt erfolgreich zu managen.

Der Kurs Grundlagen des Produktmanagements vermittelt das passende Hintergrundwissen, um Marktanalysen zu erstellen und Produktstrategien zu entwickeln. Besondere Beachtung finden die Generierung und Validierung von neuen Produktideen, die Testung und Einführung von Produkten am Markt sowie das Management von Produkten nach der Markteinführung.

Kursinhalte

Einführung in das Produktmanagement Begriff, Ziele und Aufgaben des Produktmanagements

Rolle und Kompetenzen der Produktmanager:innen

Positionierung des Produktmanagements im Unternehmen

Markt- und Unternehmensanalysen Methoden zur Analyse des Marktes

Methoden zur Analyse des Unternehmens

Integrierte Methoden zur Markt- und Unternehmensanalyse

Geschäftsmodellanalyse

Produktstrategie Grundlagen der Produktstrategie

Ziele und Positionierung

Bewertung und Auswahl von Produktstrategien

Prozessorientiertes Produktmanagement Gestaltung des Produktlebenszyklus

Produkt-Roadmaps

Agiles Produktmanagement und Lean Product Management

Produktentwicklungsprozess

Ideengenerierung und Produktvalidierung Ideengenerierung

Ideen- und Konzeptbewertung

Produktanforderungen

Produkt- und Markttests

Markteinführung Grundlagen zum Markteintritt

Markteintrittsstrategien

Vertrieb

Produktmanagement nach Markteinführung Produktstrategien am Ende des Produktlebenszyklus

Erfolgskontrolle und Metriken im Produktmanagement

Schnittstellen- und Stakeholder-Management

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Klausur, 90 Minuten

2. Preispolitik

In unseren heutigen komplexen Märkten mit ihrer Vielzahl an Produkten und Dienstleistungen ist es zunehmend schwierig für Unternehmen sich zu differenzieren und somit Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Eine Differenzierung erfolgt über ein Zusammenspiel der Elemente des Marketing Mix, in welchem die Preisstrategie einen kritischen Beitrag leistet.

Dieser Kurs erklärt die Zusammenhänge und gibt einen Überblick über strategischen und die operativen Ansätze der Preisfindung. Die Studierenden lernen die internen und externen Einflüsse auf die Preisfindung kennen. Sie lernen Informationen zu sammeln und zu analysieren um dann Preisentscheidungen besser treffen zu können. Das Preismanagement und die Preisdurchsetzung im Markt werden ebenso diskutiert wie Preisethik und gesetzliche Vorgaben.

Kursinhalte

Strategische Preispolitik Warum ist Preispolitik oft ineffektiv?

Wie lässt sich Preispolitik effektiv gestalten?

Kostengesteuerte Preispolitik Festlegung der relevanten Kosten

Deckungsbeitragsanalyse

Break-even-Analyse

Kundengesteuerte Preispolitik Werte im Auge des Kunden

Was beeinflusst die Preissensitivität?

Preiselastizität

Wettbewerbsgesteuerte Preispolitik Preispolitik im Markt

Wettbewerbsinformationen

Effektiver Preiswettbewerb

Preisstrategie Preispositionierung

Preisdifferenzierung und Yield/Revenue-Management

Preiskommunikation

Produktlebenszyklus Innovationspreis

Preisfindung in der Wachstumsphase

Preisfindung in der Reifephase

Preisfindung in rückläufigen Märkten

Marktsegmentierung Segmentierung nach Käufern und Produkten

Segmentierung nach Kaufort und Kaufzeitpunkt

Rabatt- und Konditionenpolitik nach Abnahmemenge und Produktbündelung

Preisverhandlungen Preismanagement in der Verhandlung mit Kunden

Ethik und Gesetze Gesellschaftliche und rechtliche Einflüsse auf die Preispolitik

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Examen, 90 Minuten

3. Produkt- und Markttests

Produkt- und Markttests sind vor allem Funktionen zur Überprüfung der Akzeptanz von Produkten bei Verbrauchern und der Chancen von Produkteinführungen am Markt. Sie stellen damit wichtige Methoden dar, um die Erfolgswahrscheinlichkeit von neuen oder modifizierten Produkten vor Markteinführung zu beurteilen.

Der Kurs Produkt- und Markttests fokussiert sich auf das Hintergrundwissen zur Entwicklung und Durchführung von Produkt- und Markttests. Besondere Beachtung finden das Konsumentenverhalten sowie die verschiedenen Methoden von Produkt- und Markttests.

Kursinhalte

Einführung in Produkt- und Markttests Definitionen und Ziele von Produkt- und Markttests

Produktkategorien

Produktqualität

Konsumentenverhalten Einführung in das Konsumentenverhalten

Modelle des Konsumentenverhaltens

Einführung in die Determinanten des Konsumentenverhaltens

Weitere Einflüsse auf das Konsumentenverhalten

Verbraucherpolitik

Produkttests Technische Tests und Inhouse-Qualitätstests

Serien-Produktionstests

Konzepttests

Partiale Produkttests

Ganzheitliche Produkttests

Klassische Markttests Regionaler und lokaler Markttest

Elektronischer Markttest

Simulierter Markttest

Markttest bei digitalen Produkten Treiber und Grundkonzepte

Usability-Tests

MVP-Tests

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Fallstudie

4. Seminar: Produktmanagement

Im Rahmen des Seminars „Produktmanagement“ bearbeiten die Studierenden ausgewählte Themen und Entscheidungsfelder des Produktmanagements. Mögliche Themen liegen unter anderem in der Ideenfindung und Neuproduktentwicklung, der Markteinführung, dem Management etablierter Produkte, der Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen sowie in weiteren aktuellen Fragestellungen des Produktmanagements, z.B. zu der Rolle der Digitalisierung und zu digitalen Produkten.

Kursinhalte

Das Seminar behandelt ausgewählte Themen und Entscheidungsfelder des Produktmanagements. Diese umfassen unter anderem die Ideenfindung und Neuproduktentwicklung, die Einführung neuer Produkte und Dienste am Markt, das Management und die Vermarktung etablierter Produkte und Produktprogramme. Zudem behandelt das Seminar aktuelle Entwicklungen wie die Rolle der Digitalisierung und methodische Aspekte. Das Seminar greift die Vielfalt des Produktmanagements und aktuelle Trends in den einzelnen Problemstellungen und Ausarbeitungen auf und reflektiert diese.

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

03

Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04

Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05

Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Produktmanager, Product Manager, Product Owner

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · <https://www.iu-akademie.de>



[Online ansehen](#)