Produktmanagement

Produktentwicklung · 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	Berufscoaching, 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