

Modulbezeichnung: Produkt, Service & Innovationsmanagement	
Modulkürzel	w.MA.XX.PSIM.14HS
ECTS Credits	6
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
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. Neu werden vertieft Aspekte von AI und insbesondere Machine Learning sowie deren Nutzen für das strategische und operative PM abgedeckt. 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“.
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Rainer Fuchs
Modulverantwortung Stellvertretung	Helen Vogt
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Business Administration - Vertiefung 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
Spezifische Vorkenntnisse	MSc Module gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz

Modulbezeichnung: Produkt, Service & Innovationsmanagement

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.
- setzen selektive AI und ML Tools ein, um strategische PM Entscheidungen und operatives PM Business zu unterstützen.
- 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

Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:

Digitale Lernressourcen

- Lehrvideos

Unterrichtsmethoden

- Übungen
- Lehrvortrag
- Literaturstudium

Eingesetzte Sozialformen:

- Einzelarbeit
- Gruppenarbeit

Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	28 h	-	
Übung	28 h	-	
Projektarbeit	-	64 h	
Seminar	-	-	
Total	56 h	64 h	60 h

Modulbezeichnung: Produkt, Service & Innovationsmanagement

Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Posterpräsentation zu aktuellen Themen des Product Managements	Note	Gruppenarbeit	15	40.00
	Untersemestriger Classroom MC Test	Note	Einzelarbeit	0	60.00
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine				
Pfichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">Bruhn, M. & Hadwich, K. (2017). Produkt- und Servicemanagement: Konzepte, Prozesse, Methoden. 2. Auflage. Vahlen. ISBN 3800653591.				
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none">Wird auf Moodle aufgeschaltet				
Bemerkungen	<p>Die schriftliche Modulprüfung erfolgt in Form eines untersemestrigen Classroom Multiple Choice Tests, bei dem Anwesenheitspflicht herrscht. Eine Möglichkeit zum Nachholen wird nur nach Vorlage eines ärztlichen Attests gewährt.</p> <p>Der Leistungsnachweis Posterpräsentation 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>Für den Leistungsnachweis «Gruppenarbeit Videoerstellung» gelten folgende Regelungen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Sanktion bei nicht fristgerechtem Einreichen der Gruppenarbeit: Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. Dies betrifft die gesamte Gruppe.2. Sanktion bei nicht erfolgter Kontaktaufnahme mit der Gruppe innerhalb von 48 Stunden und/oder Nicht-Beteiligung an der Erarbeitung: Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.				