

 Hochschule Aalen	Fakultät Maschinenbau und Werkstofftechnik	Modulbeschreibung SPO 31
	Studiengang Leadership in Industrial Sales Management and Technology	
	Modulkoordinator Professor Dr. Borgmeier	

Modul-Name		Produkt- und Innovationsmanagement				Modul-Nr : 23407	
CP	SWS	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Angebot Beginn	Sem	Dauer
5	4	150	60	90	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester	1. oder 2.	<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
Angestrebter Abschluss		Modultyp (PM/WPM/WM)		Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen		
Master of Engineering		WPM - Wahlpflichtmodul		HS - Hauptstudium	Leadership in Industrial Sales and Technology		
Form der Wissensvermittlung		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht					

Lernziele / Kompetenzen

Fachkompetenz („Wissen und Verstehen“ und „Fertigkeiten“):

Die Studierenden sind in der Lage, methodenbasiert innovative Produkte im Rahmen eines systematischen Innovationsprozesses zu initiieren, konzeptionell zu entwickeln, die Leistungserstellung vorzubereiten und erfolgreich die Markteinführung zu planen und zu steuern, wobei sie die Komplexität und Wechselwirkungen erfassen und diskutieren.

Die Studierenden können die Prozesse von Produkt-Innovation, Produkt-Entwicklung, Produkt-Marketing und Verkauf bis zum Prozess der Produkt-Elimination erklären.

Die Studierenden sind mithilfe ihres grundlegenden Verständnisses über den Innovationsbegriffs in der Lage, das Innovationsmanagement aus einer betriebswirtschaftlichen und managementorientierten Perspektive zu diskutieren. Sie sind daraufhin auch fähig, die Bedeutung von Innovationen im gesamtwirtschaftlichen Kontext einzuordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Innovationsprozesse im Unternehmen mitsamt ihren Vor- bzw. Nachteilen zu erkennen (z.B. Stage-Gate-Prozess). Die Studierenden können Lead User identifizieren und erklären, wie diese für eine Kooperation mit innovationsorientierten Herstellern gewonnen werden können. Sie können unterschiedliche Innovationsstrategien von Unternehmen diskutieren.

Überfachliche Kompetenz („Sozialkompetenz“ und „Selbstständigkeit“):

Die Studierenden können die Komplexität und erforderliche interdisziplinäre Schnittstellenkompetenz zu unterschiedlichen Personen und Organisationsbereichen im Innovations- und Produktmanagement erfassen, diskutieren und antizipieren.

Ggf. besondere Methodenkompetenz: -

Lehrinhalte

Unterschiedliche Arten und Grade von Innovationen

- Innovationsstrategien
- Erfolgsfaktoren von Innovationen
- Innovationskooperationen/Zusammenarbeit mit Lead Usern
- Bedeutung von Promotoren für das Innovationsmanagement
- Markteinführungsstrategien für Innovationen
- Innovationscontrolling
- Produktlebenszykluskonzepte
- Schnittstellenmanagement
- Leistungsportfolio
- Produktcontrolling
- * Kundenanforderungsmanagement
- * Technologiemanagement und Vorhersage
- * Produktbenchmarking
- * Erstellung einer Produktarchitektur
- * Generierung von Produktplattformen an Hand von Modulstrategien

Zugangsvoraussetzung

Vorbereitung Teilnahme Modul: Keine
 Modul: -
 Prüfung: -

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
23407	Produkt- und Innovationsmanagement	Subek	V Ü P	4	5	1	PLP 30 benotet
	Teilmodultyp (PM/WPM/WM)	Studienabschnitt	Einsatz in Studiengängen				
	WPM - Wahlpflichtveranstaltung	HS - Hauptstudium	Leadership in Industrial Sales and Technology				
Zugelassene Hilfsmittel		Es sind alle Hilfsmittel zugelassen.					

Sprache	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
Literatur	<p>Vorlesungsskript, Spezialliteratur zu Innovations- und Produktmanagement</p> <p>Hauschildt, Jürgen: Innovationsmanagement, München, 2007.</p> <p>Vahs, Dietmar; Burmester, Ralf: Innovationsmanagement, Stuttgart, 2005.</p> <p>Gaubinger, Kurt; Werani, Thomas; Rabl, Michael: Praxisorientiertes Innovations- und Produktmanagement: Grundlagen und Fallstudien aus B-to-B-Märkten, Wiesbaden, 2009.</p> <p>Matys, Erwin: Praxishandbuch Produktmanagement: Grundlagen und Instrumente Mit CD-ROM, Frankfurt, 2011.</p> <p>Hofbauer, Günter; Sangl, Anita: Professionelles Produktmanagement: Der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien, München, 2011.</p> <p>Kahn, Kenneth B.: The PDMA Handbook of New Product Development, 2nd edition, John Wiley & Sons, 2004.</p>
Zusammensetzung der Endnote	PLP (100%)
Bemerkungen / Sonstiges	Die Teilnehmerzahl ist auf 30 Personen begrenzt.
Letzte Aktualisierung	02.09.2019; Gerhard Subek