



# PRODUKTMANAGEMENT

Produktmanager haben die Verantwortung für die Generierung optimaler Produkte – zum richtigen Zeitpunkt, im richtigen Markt, zur optimalen Erfüllung der jeweiligen Kundenbedürfnisse in Deutschland/Europa/der Welt. Sie sind damit Dreh- und Angelpunkte des operativen und strategischen Produktmarketings und verantwortlich für die Erarbeitung und Realisierung von Produktkonzeptionen. In einem zunehmend von Digitalisierung und Agilität beeinflussten Umfeld steuern sie die Produktlebenszyklen, die Modifizierung von Produkten sowie die Einsetzung begleitender Marketing-Maßnahmen.

Sie haben damit den Finger am Puls der sich permanent verändernden Märkte. Sie haben eine hohe Verantwortung für das erfolgreiche Leistungsspektrum eines Unternehmens und damit für den Gesamterfolg des Unternehmens. Mit der Erarbeitung und Realisierung von langfristigen und kurzfristigen Produktkonzeptionen überzeugen Produktmanager in unterschiedlichen Bereichen, Hauptfunktionen und Hierarchien im Unternehmen. Sie beherrschen die Schnittstellen hervorragend. Sie sind in der Lage, „den Kern im Blick und die Komplexität im Griff“ zu haben. Erfolgreiche Produktmanager sind sehr gefragt, sie sind ausgewogene und starke Persönlichkeiten

## Zielgruppe:

Der Kurs wendet sich an Fach- und Führungskräfte aus Vertrieb, Marketing und Produktmanagement, an Projekt- und Bereichsleiter für Forschung und Entwicklung sowie an Repräsentanten dieser Fachabteilungen

Hauptkompetenzen, die in diesem Kurs vermittelt werden:

- Konzeptionskompetenz
- Technologie- und Innovationskompetenz
- Realisierungskompetenz
- Sozial- und Schnittstellenkompetenz

---

Module/Lerninhalte: (Alle Module auch einzeln buchbar!)

- (1) Grundlagenkompetenz Produktmanagement
- (2) Instrumentekompetenz für Absatz- und Unternehmenskommunikation
- (3) Technologie- und Innovationskompetenz
- (4) Rechtliche Kompetenz, inhaltliche Schnittstellenkompetenz
- (5) Quantitative Kompetenz
- (6) Projektmanagement-Kompetenz
- (7) Persönliche Kompetenz
- (8) Konzeptionskompetenz für das Produktlebenszyklus-Management

---

Termine:

Modul (1) 02.03.2023 – 03.03.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (2) 12.03.2023 – 14.03.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (3) 17.04.2023 – 18.04.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (4) Termin in Abstimmung

Modul (5) 23.05.2023 – 24.05.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (6) 05.07.2023 – 06.07.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (7) 21.06.2023 – 22.06.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

Modul (8) 20.07.2023 – 21.07.2023, 9.00 bis 17.00 Uhr

---

Dauer: 8 x 2 Tage in Vollzeit

---

Ort: Technologie Centrum Westbayern GmbH, Emil-Eigner-Str. 1, 86720 Nördlingen

---

Abschluss: Hochschulzertifikat / Optional: Hochschulzertifikat mit ECTS (Prüfung und Projektarbeit)

---

Dozenten: Professoren und Lehrbeauftragte der Hochschule Augsburg

---

Preis: Gesamtpreis 5.025,60 € + MwSt. / Einzelmodul: 698,00 € + MwSt.

---

Kontakt, weitere Informationen zum Kurs und Anmeldung:

Technologie Centrum Westbayern GmbH, Emil-Eigner-Str. 1, 86720 Nördlingen, Tel. 09081 8055-100

E-Mail: [anmeldung@tcw-donau-ries.de](mailto:anmeldung@tcw-donau-ries.de); [www.tcw-donau-ries.de](http://www.tcw-donau-ries.de)

---

Inhalte:

Modul 1: Grundlagenkompetenz Produktmanagement

- Marketing-Philosophie, Marketingmanagementsysteme, Marketing-Instrumentarium
- Produktmanagement als marketingorientierte Hauptfunktion in Zusammenarbeit mit Vertrieb
- Absatzkommunikation, Unternehmenskommunikation und marketingorientierte Unternehmensentwicklung
- Produktmanagement an der Schnittstelle zu den unternehmerischen Hauptfunktionen: F+E, Produktion, Qualitätssicherung, Einkauf, Logistik, Controlling
- Produktmanagement im systematischen Zusammenhang: Lasten- und Pflichtenheft, Kundenanforderungen, Wettbewerbsprodukte, eigene Stärken und Schwächen, Positionierung, USP, Qualität, Teilqualitäten, Verkaufspreise (Targetpricing), Verkaufszahlen, Deckungsbeiträge, Produktlebenszyklen, Wertanalyse usw.

Modul 2: Instrumentekompetenz für Absatz und Unternehmenskommunikation

- Grundlagen der Marketing- und Unternehmenskommunikation
- Stakeholder-Perspektive und integrierte Kommunikation
- Digitale und analoge Marketing-/Unternehmenskommunikation
- Markenidentität, Markenwirkung, Markenführung, Arbeitgebermarke
- Werbung, Direktmarketing, Sponsoring, Event-Marketing, Online-Marketing, Social Media, Suchmaschinenmarketing, Content Marketing/Corporate Publishing
- Praxistipps zur Planung und Umsetzung der Kommunikationsarbeit

### Modul 3: Technologie- und Innovationskompetenz

- Was ist eine Innovation? Welche Bedeutung hat das richtige Management von Innovationen für mein Unternehmen und meinen Verantwortungsbereich?
- Methoden und Tools, wie man sich Innovationen systematisch erarbeitet (Prozess-, Verfahrens- und Strukturinnovationen)
- Innovationsroutinen und Innovationsprozesse aktiv gestalten
- Kennzahl- und Bewertungssysteme für das Monitoring der Innovationsfähigkeit
- Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen schaffen, Innovationslust stimulieren
- Märkte, Technologiefelder und Zukunftstechnologien screenen und bewerten
- Innovationsmanagement in einem agilen Umfeld
- Schaffen von Rahmenbedingungen und der nötigen Infrastruktur für Innovationen (agile Innovationskultur)
- Technologie- und Entwicklungsroadmapping
- Prozess-, Logistik- und Workflow-Analysen kennenlernen und praktisch einsetzen
- Kreativtechniken kennenlernen und nutzen (Praxisübung, Gruppenarbeiten)
- Neue Wege (z. B. Open Innovation) im Innovationsmanagement und Best Practice Beispiele erfolgreicher Innovatoren
- Veränderungsmanagement im Umfeld von Innovationsprozessen

### Modul 4: Rechtliche Kompetenz, inhaltliche Schnittstellenkompetenz

- Überblick über rechtliche Anforderungen, Material- und Prozessanforderungen
- Garantie/Gewährleistung vs. Produkthaftung, produktbezogener Umweltschutz
- Anforderungen und Nachweis von Konformitäten (CE, IMDS, ROHS, ...)
- Bedeutung und rechtssicheres Vorgehen, sichere Nachweisführung
- Organisatorische Notwendigkeiten im Produktmanagement
- Verifizierung und Validierung, Prüfung oder Typprüfung?
- Produktbeobachtung durch wen? Ableitung von notwendigen Aktivitäten
- Schnittstelle oder Verbindungsstelle? Ursachen von Problemen an Schnittstellen
- Wer ist eigentlich der Kunde? ... der Entscheider? ... der Nutzer?, Teamarbeit als Erfolgsfaktor
- Einbindung von internen und externen Experten
- Digitalisierung verstehen und als Chance nutzen, Ableitung priorisierter Produktspezifikationen
- Zusammenarbeit mit Design und Logistik und Serviceorganisationen optimieren
- Bewältigung von Schnittstellenproblemen im Team und im Projekt
- Aktive Unterstützung agiler Entwicklungsprozesse, Motivation als Schlüssel verstehen
- Dokumentation von Entscheidungsgrundlagen und Entscheidungen
- Besondere Herausforderungen bei mehreren Sprachen und Standorten/Zeitzone
- Notwendige und sinnvolle Kompetenzen an Schnittstellen
- Besondere Anforderungen an den Projektmanager und das Projektmanagement

### Modul 5: Quantitative Kompetenz

- Mittel- und Kurzfristplanung
- Budgetierung
- Kalkulation und Preisgestaltung
- Target Costing
- Quantitative und qualitative Instrumente des Kunden-, Vertriebs- und Produktmonitoring

## Modul 6: Projektmanagementkompetenz

- Wie organisiert ein Unternehmen seine Abläufe? Wie werden Projekte effektiv gemanagt?
- Definition von Projektzielen, um Risiken zu vermeiden
- Agiles Projektmanagement erfolgreich gestalten
- Erfolgreiches Projektmarketing und Stakeholderanalyse
- Richtige Zusammensetzung des Projektteams
- Herausforderung Digitalisierung: Führung und Zusammenarbeit in einem weitgehend virtuell arbeitenden Projektteam
- Planung von Kosten und Zeitaufwendungen und Definition von Meilensteinen
- Minimierung von Projektrisiken, Einsatz von Controllinginstrumenten bei der Projektarbeit
- Betrachtung von Waterfall und Agile Projektmanagement

## Modul 7: Persönliche Kompetenz

- Kommunikation erfolgreich gestalten als Produktmanager
- Zwischen Interessen vermitteln und partnerschaftlich verhandeln
- Menschen mitnehmen und begeistern
- Konflikte deeskalieren und lösen
- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit verschiedenen internen und externen Partnern
- Eigene Stärken und Schwächen in Kommunikation und Konfliktmanagement

## Modul 8: Konzeptionskompetenz für das Produktlebenszyklus-Management

An konkreten Fällen aus den einzelnen Firmen werden Produktmarketing-Konzeptionen für die verschiedenen Produktlebenszyklus-Phasen (von der Idee bis zur Elimination) erarbeitet, diskutiert und nachjustiert. **Hierfür sind die in den vorhergehenden Modulen erarbeiteten Kompetenzen nötig.** Das gewonnene Wissen wird fallbezogen konkret angewendet und dient sowohl der Effizienz im eigenen Aufgabengebiet der Teilnehmer als auch dem Wachstum und Ertrag des jeweiligen Unternehmens. Dieses eher nach außen gerichtete geschäftsgenerierende Modul kann gut ergänzt werden durch das eher nach innen gerichtete Modul „Projektmanagement“.