

CAS Produktmanagement («PKT»)

In diesem Lehrgang lernen Sie die strategischen, operativen und methodischen Schlüsselemente des Produkt- und Dienstleistungsmanagements kennen und wie Sie diese über den gesamten Lebenszyklus anwenden.

Dauer: 12 Tage

Preis: 7'700.- zzgl. 8.1% MWST

Kursdokumente: Kursskript

Inhalt

Der Lehrgang ist modular aufgebaut, besteht aus 12 Seminartagen und dauert ca. 6 - 7 Monate. Die Inhalte werden in einem Mix aus Präsenz- und Online-Seminaren vermittelt.

Modul 1: Produktmanagement Grundlagen (2 Tage)

- Produktlebenszyklus und Produktmanagement-Überblick
- Strategieentwicklung
- Produkt-Geschäftsmodell - Gestaltungsbereich für Produktmanager
- Kenne Deine Kunden
- Produktgestaltung und Positionierung
- Customer Touchpoint Management

Modul 2: Agile Produktentwicklung (2 Tage)

- Produktentwicklungsprozess
- Anforderungsprofi
- Produktkonzept
- Produktrealisierung
- Produkttest und Produkteinführung

Modul 3: Produktmarketing (2 Tage)

- Kundenbedürfnisse und Kaufentscheidungsprozesse
- Neuromarketing
- Steuerungsgrössen im Produktmarketing
- Erstellung eines Marketingsplan
- Situationsanalyse und Marketingstrategien
- Marketing-Mix

Modul 4: Lean Produktmanagement (2 Tage)

- Produktmanagement-Prozesse im Gesamtzusammenhang
- Produktmanagement-Prozesse identifizieren
- Produktmanagement-Prozesse analysieren
- Produktmanagement-Prozesse optimieren
- Produktmanagement-Prozesse implementieren und kontinuierlich verbessern

Modul 5: Produktportfoliomanagement (2 Tage)

- Einführung Produktportfoliomanagement
- Unternehmung - Strategie - Produkte
- Vom Produkt zum Portfolio
- Analysieren von Produktportfolios
- Gestaltung und Bearbeitung des Produktportfolios

- Präsentation eines relevanten Themas aus der Praxis
- Feedback und Erfahrungsaustausch
- Individuelle Auffrischung von Themen
- Diskussion von aktuellen Themen im Produktmanagement

Key Learnings

- Entwickeln einer Produkt- und Portfoliostrategie und deren Umsetzung in ein Geschäftsmodell, Erstellen eines Businessplans und dessen Umsetzung in Product Roadmaps
- Identifizieren, Analysieren und Bewerten von Kundenbedürfnissen und Einbeziehen dieser Erkenntnisse in die Produktentwicklung und das Marketing
- Erstellen von effektiven Marketingkonzepten und zielgerichtetes Umsetzen der daraus resultierenden Massnahmenpläne über die entsprechenden Kanäle (offline und online), z.B. mit einem Omnichannel-Ansatz
- Beauftragen oder Leiten von Produktentwicklungsvorhaben oder Produktverbesserungen
- Kenntnis über die Praxis der Produktsteuerung und -führung – plangetrieben, agil oder hybrid
- Einen Überblick über die produktrelevanten Prozesse haben und diese hinsichtlich der Wertschöpfung für den Kunden optimieren
- Erlernen und Anwenden von praxisnahen Methoden, Tools und Techniken für eigene Vorhaben

Zielpublikum

Dieser Kurs richtet sich an Produktmanager, Verantwortliche für ein Produktportfolio, Category Manager, Personen die an der Produktentwicklung massgeblich beteiligt sind, Beauftragte mit fachlichen Führungsaufgaben, Manager im Bereich Marketing, Verkauf, Supply Chain oder Product Owner, Brand Manager, Product Line Manager sowie Unternehmer oder Firmengründer.

Zertifizierung

Der Leistungsnachweis besteht aus einer lückenlosen Teilnahme (mind. 80%), einer Abschlussarbeit, einer Präsentation im Abschlussmodul sowie 1 Pflichtmodul, welches zu 100% besucht werden muss. Sie erhalten das Zertifikat «CAS Produktmanagement» (12 ECTS Punkte).

Zusatzinfo

Dieser Lehrgang wird in Zusammenarbeit mit unserem Partner SGO Business School durchgeführt. **Das CAS und die ECTS Punkte werden verliehen durch die Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ).**

Haben Sie Fragen oder möchten Sie einen Firmenkurs buchen?

Wir beraten Sie gerne unter 044 447 21 21 oder info@digicomp.ch. Detaillierte Infos zu den Terminen finden Sie unter www.digicomp.ch/weiterbildung-media-communication/digital-marketing/kurs-cas-produktmanagement