



Seminar

Produktmanagement 1 - Basis

23.04. bis	25.04.2012	(Seminarnummer: 32012)	in München
18.06. bis	20.06.2012	(Seminarnummer: 32112)	in Düsseldorf
19.09. bis	21.09.2012	(Seminarnummer: 32212)	in München
05.11. bis	07.11.2012	(Seminarnummer: 32312)	in Hamburg
17.12. bis	19.12.2012	(Seminarnummer: 32412)	in München

Produktmanagement – Basiskurs – Teil 1

Der Produktmanager ist die Schnittstelle von mehreren Abteilungen im Unternehmen. Als Ansprechpartner für bestehende Produkte und Dienstleistungen müssen diese stetig bezüglich dem Markt, den Kunden sowie dem Wettbewerb bewertet und weiterentwickelt werden. Die größte Herausforderung ist es aber, neue Produktideen zu generieren und bei den Entscheidern durchzusetzen.

Ihr Nutzen

In unserem Training

- stellen Sie einen eigenen Produktmanagementplan für Ihr Unternehmen auf,
- erhalten Klarheit über die Aufgaben und Schnittstellen des Produktmanagers,
- trainieren Sie Werkzeuge und Methoden in der Praxis einzusetzen,
- optimieren Sie Ihr Innovationsmanagement im Betrieb,
- analysieren Sie eine Strategie zur Umsetzung neuer Produkte im Unternehmen,
- bekommen Sie Inhalte zum aktuellen Stand im Produktmanagement.

Seminarmethoden

Impulsreferate, Praktische Übungen, Gruppenarbeit, Rollenspiele, praxisorientierte Fallstudien, Diskussionen und Erfahrungsaustausch. Der Praxisbezug des Seminars steht im Vordergrund, so dass erworbene Fähigkeiten problemlos umgesetzt werden können.

Zielgruppe

Das Seminar wendet sich an Fach- und Führungskräfte mit Aufgaben im Produktmanagement.

Seminarprogramm (Überblick)

1. Aufgaben, Eigenschaften und Schnittstellen des Produktmanagers

- Profil eines Produktmanagers
- Interne Schnittstellen: Vertrieb, Top – Management, Marketing
- Wichtige Definitionen im Produktmanagement
- Koordination wichtiger interner und externer Schnittstellen

2. Analyse der Märkte und des Wettbewerbes

- Der Marktforschungsprozess
- Marktforschung – Beraterwissen
- Branchenanalyse
- Kernkompetenzanalysen
- Benchmarking in der eigenen sowie in Schlüsselbranchen

3. Analyse des eigenen Produkte

- Ziele der Geschäftsleitung und der beteiligten Entscheidungsträger
- Stärken und Schwächen der eigenen Produkte und Services

4. Produktstrategien generieren

- Prozess der Strategiegenerierung
- Positionierung der Produkte / Dienstleistungen
- Strategische Optionen
- Marktfeldstrategien

5. Innovationsmanagement

- Aufbau bzw. Weiterentwicklung eines Innovationsmanagements
 - Unternehmensinterne Quellen
 - Prozess des Innovationsmanagements modellieren
 - Ideenfindungswerkzeugkasten
- Absatzwege und Absatzweganalyse
- Preispolitik und Preisgestaltung
- Umsetzung in Marketingmaßnahmen

6. Der Produktplan in der Umsetzung

- Führungs- und Entscheidungsebenen überzeugen
- Motivation der beteiligten Schnittstellen: Vertrieb, Marketing
- Konfliktlösungen
- Die Steuerung der Marketingmaßnahmen

7. Besprechung von Praxisfällen der Lehrgangsteilnehmer

- Tipps aus der Praxis



Erklärung zu den Modulen

Der vorliegende Basiskurs stellt ein in sich geschlossenes Modul dar.

Aufgrund einer Vielzahl von Kundenwünschen haben wir uns jedoch entschlossen, zusätzlich ein Aufbaumodul anzubieten.

Das Aufbaumodul kann auch separat gebucht werden, ohne dass der Basiskurs vorab belegt wurde.

Dieses Modul dient der Weiterqualifikation von schon erfahrenen Produktmanagern.

Dozent

MBA, Dipl.- Ing. (TU), Dipl.- Ing. (FH), Betriebswirt **Wolfgang Möckel** ist seit 2008 Geschäftsführer der Mmc GmbH, einer international und national tätigen Unternehmensberatung.

Aktuell schreibt er eine Doktorarbeit zum Thema Innovationsmanagement in der frühen Phase an der TU Ilmenau.

Davor hatte er in den letzten 12 Jahren unterschiedliche Leitungsaufgaben in Funktionen als Geschäftsbereichsleiter, Abteilungsleiter beziehungsweise Niederlassungsleiter im In- und Ausland.

Wolfgang Möckel besitzt langjährige Erfahrung in der disziplinarischen Führung von über 100 Mitarbeitern in der High Tech Industrie.

Zahlreiche Innovationsprojekte wurde von Ihm gestartet bzw. in ins Leben gerufen und erfolgreich umgesetzt.

Sehr gerne kann Ihnen ein ausführliches Profil zugesendet werden.

Teilnahmegebühr und Rabattsystem

Die Teilnahmegebühr beträgt **1450,- zzgl. MwSt.** Bei der Buchung eines 2. Teilnehmers wird 10 % Rabatt gewährt. Bei der Buchung weiterer Teilnehmer eines Unternehmens wird 20 % Rabatt berechnet.

Leistungen

Im Leistungsumfang sind neben dem Training die Tagungsgetränke sowie das Mittagessen enthalten.

Ausführliche Unterlagen sowie das Buch Produktmanagement des Gabler Verlags

(ISBN 978-3-409-12550-5) werden den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

Zertifikat

Jeder Teilnehmer erhält am Ende des Seminars ein persönliches Teilnahmezertifikat.



Hotel / Anmeldung

Bei Buchung des Seminars erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Hier ist auch das Tagungshotel mit Kontaktdaten angegeben. Diesbezüglich erhalten Sie bei Nennung des Trainings kostengünstige Konditionen.

Teilnehmer

Um einen optimalen Lernerfolg zu erhalten, haben wir die Teilnehmerzahl auf **6 Personen** begrenzt.

Inhouse

Das Seminar kann auch gerne Inhouse durchgeführt werden. Sprechen Sie mit uns!

Seminarzeiten

1. Tag: 9:30 – 17.00, 2. Tag: 9:00 – 17.30, 3. Tag: 9:00 – ca. 16.00

Nach dem zweiten Seminartag kommen die Teilnehmer zu einem kleinen Get – Together zusammen.

Dokument: Rev.01/30112010

Anmeldung



Onlineanmeldung oder

per Post an

Mmc GmbH

Wolfratshauer Str.23

D – 82538 Geretsried

oder

per Fax an

Fax +49 (0)8171 346 542

Tel. +49 (0)8171/345 958

Mail: training@mmc-con.com

Internet: www.mmc-con.com

Hiermit buche/n ich/wir die Veranstaltung/en:

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 1. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Name des 2. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 3. Teilnehmers

Ort und Termin

Rechnungsanschrift

Firma _____

Ansprechpartner _____

Funktion im Unternehmen _____

Straße _____

PLZ / Ort _____

Tel. / E – Mail _____

Datum

Unterschrift

AGB – Schulung

Teilnahmegebühren: Die Teilnahmegebühren enthalten: Die Teilnahme am Seminar, Seminarunterlagen sowie die Tagungsgetränke und je Schultag ein Mittagessen. Etwaige Übernachtungskosten sind nicht in den Teilnahmegebühren enthalten. Die Rechnung erhalten Sie beim Seminarbeginn.

Rücktritt: Ein Rücktritt ist schriftlich an die obige genannten Daten (Fax, Adresse) zuzusenden. Selbstverständlich kann kostenfrei ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Anfallende Stornokosten werden wie folgt berechnet:

Offene Seminare:

1. mehr als 20 Werktage vor Beginn: keine Gebühren
2. 10 – 20 Werktage vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 10 Werktage vor Beginn: 100% der Gebühren

Managementprogramme und Inhouse Seminare:

1. mehr als 30 Werktage vor Beginn: keine Gebühren
2. 15 – 30 Werktage vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 15 Werktage vor Beginn: 100% der Gebühren

Rabattsystem: Nimmt ein weiterer Teilnehmer derselben Firma eines offenen Seminars an der Schulung teil, wird ein Rabatt von 10% eingeräumt. Weitere Teilnehmer eines Unternehmens erhalten 20% Preisnachlass.

Sonstiges: Änderungen zu Inhalt oder Ablauf eines Seminars beziehungsweise der Ersatz angekündigter Dozenten können erfolgen, sofern die Ergebnisse der Veranstaltung gewahrt bleiben. Aus wichtigem Grunde, insbesondere bei Erkrankung des Dozenten oder zu geringer Teilnehmerzahl sind wir jedoch berechtigt, gegen volle Rückerstattung gezahlter Gebühren den Lehrgang zu verschieben oder abzusagen. Darüber hinaus gehende Ansprüche des Kunden können nicht geltend gemacht werden.

Datenschutz: Die Teilnehmer werden darauf hingewiesen, dass die erhobenen Daten von der Mmc GmbH in maschineller Form gespeichert und im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses verarbeitet werden. Vertrauliche Datenbehandlung wird gewährleistet.

Mmc GmbH Wolfratshauer Str.23 82538 Geretsried Tel. +49 (0)8171 345 958
www.mmc-con.com E-Mail: training@mmc-con.com