



- Modul:** Case Study im Masterstudiengang WI
- Von:** Martin W. Davies (Dipl.-Volkswirt, Lehrkraft f.b.A. im FB WI)
- Thema:** Das Erstellen eines Business Case für die Entwicklung und Markteinführung eines neuen Produktes
- Inhalt:** Die Studierenden erarbeiten im Sinne eines Produktmanagers anhand eines realen Produktbeispiels den kompletten **Prozess von der Produktentwicklung bis zur Markteinführung** und bilden diesen in einem **Business Case** ab, der im „real business life“ die Aufgabe einer **Empfehlung hinsichtlich der geplanten Einführung des neuen Produkts** hätte.
Das **Erstellen des Business Case** umfasst die Definition des Arbeitsauftrags, die Herleitung der Anforderungen, die Ausarbeitung der Inhalte und die graphische Darstellung.
Die einzelnen zu betrachtenden **Prozessschritte** beinhalten: technologische Umsetzung der Produktentwicklung, Kostenrechnung, Marketing-Mix, Rentabilitätsrechnung und Controlling.
- Kompetenzen:** Für das Erstellen des Business Case greifen die Studierenden sowohl auf ihre bereits im Bachelorstudium erworbenen **fachlichen technischen und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen** zurück als auch auf die **methodischen Kompetenzen**, wie z.B. die Organisation von Gruppenarbeit und die Anwendung eines Projektmanagements, und die **sozialen Kompetenzen**, wie z.B. das Aufstellen und Anwenden von Verhaltensregeln bei Gruppenarbeit.
- Termine:** Erstellen der Hausarbeit mit Präsentation im Rahmen des jeweiligen Semesters. Details und Termine „Kick-off“ und weitere Treffen werden mit den Teilnehmer/innen abgestimmt.
- Kontakt:** Martin W. Davies via E-Mail: martin.davies@wi.thm.de