

6.3 IT Product Coordinator (IT-Produktkoordinator/in)

6.3.1 *Kurzbeschreibung*

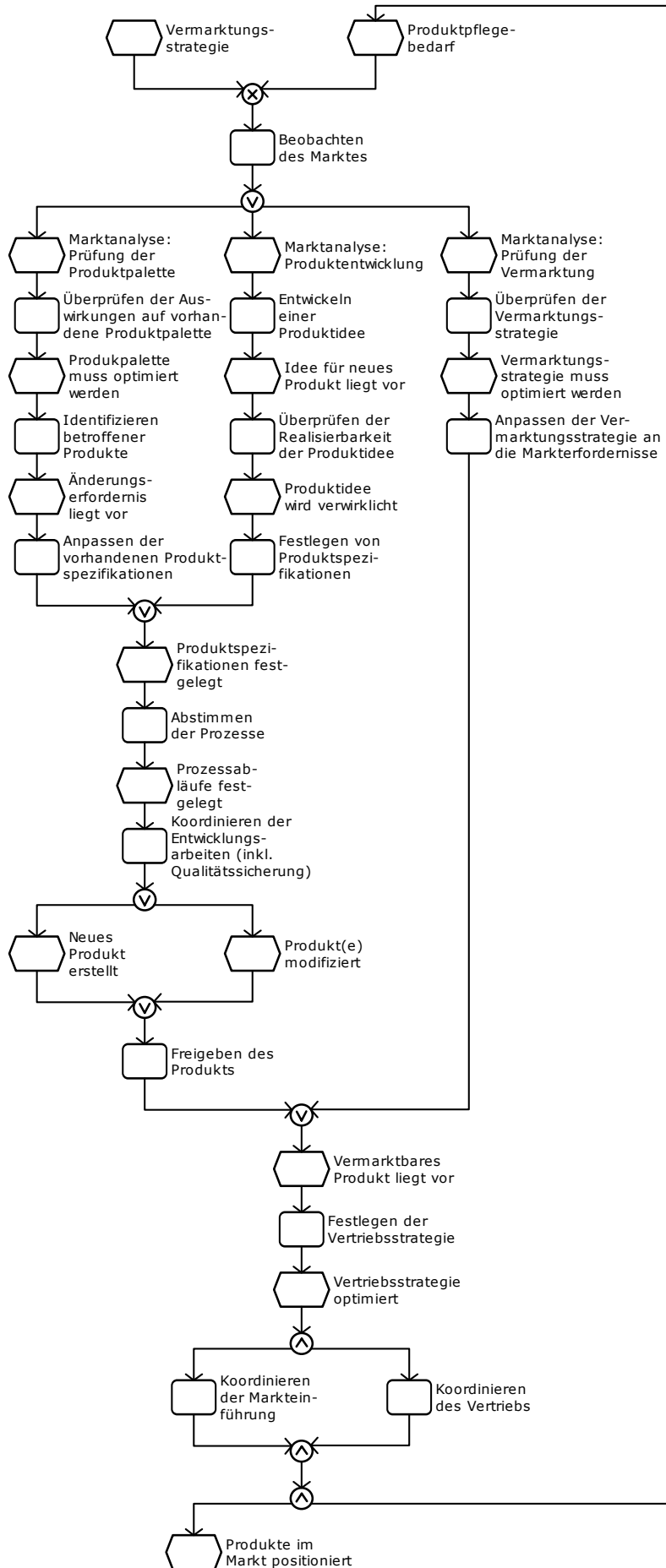
IT Product Coordinators entwickeln und optimieren marktgerechte Hardware- und Software-Produkte sowie Dienstleistungen. Sie begleiten Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus.

6.3.2 *Arbeitsgebiete und Aufgaben*

IT Product Coordinators entwickeln und verantworten Produktstrategien unter Berücksichtigung der aktuellen Marktentwicklung und sich verändernder wirtschaftlicher, technologischer und gesetzlicher Rahmenbedingungen. IT Product Coordinators entwickeln aus den abstrakten Anforderungen des Marktes innovative Ideen für neue Produkte oder für die Optimierung vorhandener Produkte. Dazu führen sie Marktbeobachtungen und -evaluierungen sowie Wettbewerbsanalysen und Marktpotentialanalysen durch.

IT Product Coordinators koordinieren und begleiten die Produktentstehungsprozesse von den Ideen über die Produktkonzeptionen, Prozessabstimmungen, Produktentwicklungen, Produktfreigaben bis hin zur Koordination der Vermarktung und des Vertriebs. Sie sind Ansprechpartner für das Qualitätsmanagement, für das Produktmarketing, für Vertriebspartner und Kunden. IT Product Coordinators entwickeln marktgerecht Produkte und Produktpaletten weiter, steuern das Life-Cycle-Management der Produkte und begreifen sich als kompetente Schnittstelle zwischen Anwender und Entwicklung. IT Product Coordinators verantworten die erfolgreiche Einführung und Positionierung von Produkten im Markt und die Markenführung und damit die nachhaltige Sicherung des Markterfolgs.

6.3.3 Referenzprozess



6.3.4 Prozesskompass

1. Beobachten des Marktes
2. Überprüfen der Auswirkungen auf vorhandene Produktpalette
3. Entwickeln einer Produktidee
4. Überprüfen der Vermarktungsstrategie
5. Identifizieren betroffener Produkte
6. Überprüfen der Realisierbarkeit der Produktidee
7. Anpassen der Vermarktungsstrategie an die Markterfordernisse
8. Anpassen der vorhandenen Produktspezifikationen
9. Festlegen von Produktspezifikationen
10. Abstimmen der Prozesse
11. Koordinieren der Entwicklungsarbeiten (inkl. Qualitätssicherung)
12. Freigeben des Produkts
13. Festlegen der Vertriebsstrategie
14. Koordinieren der Markteinführung
15. Koordinieren des Vertriebs

6.3.5 Profilprägende Kompetenzfelder

Die Beherrschung der profiltypischen Arbeitsprozesse setzt Kompetenzen unterschiedlicher Reichweite in den nachstehend aufgeführten beruflichen Kompetenzfeldern voraus. Den Kompetenzfeldern sind Wissen und Fähigkeiten sowie typische Methoden und Werkzeuge unterschiedlicher Breite und Tiefe zugeordnet.

Grundlegend zu beherrschende, gemeinsame Kompetenzfelder:

- Unternehmensziele und Kundeninteressen,
- Problemanalyse, -lösung,
- Kommunikation, Präsentation,
- Konflikterkennung, -lösung,
- Fremdsprachliche Kommunikation (englisch),
- Projektorganisation, -kooperation,
- Zeitmanagement, Aufgabenplanung und -priorisierung,
- Wirtschaftliches Handeln,
- Selbstlernen, Lernorganisation,
- Innovationspotenziale,
- Datenschutz, -sicherheit,
- Dokumentation, -standards,
- Qualitätssicherung.

Fundiert zu beherrschende, gruppenspezifische Kompetenzfelder:

- Vernetztes Denken,
- Marktüberblick,
- Nutzerorientierte Problemanalyse, -lösung,
- Moderation,
- Konfliktbewältigung,
- Kundengerechte Beratung,
- Serviceorientierung,
- Mediengestützte Sach- und Ergebnispräsentation.

Routiniert zu beherrschende, profilspezifische Kompetenzfelder:

- Anwendungen,
- Systemkomponenten,
- Markterfordernisse, Marktzusammenhänge und Kundenbedarfe,
- Marketing,
- Business Cases, Wirtschaftlichkeitsanalysen,
- Handels- und Gesellschaftsrecht, Haftung,
- Branchenüberblick,
- Leitung,
- Projektplanung, -abwicklung.

6.3.6 Qualifikationserfordernisse

Im Regelfall wird ein hinreichendes Qualifikationsniveau auf der Basis einschlägiger Berufsausbildung oder Berufserfahrung vorausgesetzt.