

Inhaltsübersicht

1	Einführung	1
1.1	Wachstum und Dynamik der IT-Branche	1
1.2	Herausforderungen für interne IT-Abteilungen und IT-, Software- & Service-Unternehmen	3
1.3	Besonderheiten des Managements von IT-Produkten	3
1.4	IT-Produktmanagement als Schnittstellenaufgabe zwischen Technik und Betriebswirtschaft	6
2	IT-Produktmanagement	11
2.1	Orientierung als Herausforderung	11
2.2	»Himmelsrichtungen« für das Management von IT-Produkten . .	13
2.3	Abstraktionsebenen für das Management von IT-Produkten	19
2.4	Kompass für das Management von IT-Produkten	22
3	Wertschöpfung und Geschäftsmodelle	27
3.1	Produktbegriff als Grundlage des IT-Produktmanagements	27
3.2	Anforderungsspezifikation vs. Produktdefinition	30
3.3	Generelle Typen von IT-Produkten	31
3.4	Produktdefinition und Wertschöpfung	32
3.5	Idealtypische IT-Geschäftsmodelle	34
3.6	Outsourcing und Offshoring	41
3.7	Schlussfolgerungen für das IT-Produktmanagement	42
4	Aufgaben, Rollen, Stellen	45
4.1	Aufgaben des IT-Produktmanagements	47
4.2	Fähigkeiten, Kompetenzen und Verantwortung	56
4.3	Die Stelle des IT-Produktmanagers	60
4.4	Koordinationsaufgaben	70

5	Vermarktungsstrategie	79
5.1	Grundlagen	79
5.2	Marktforschung	96
5.3	Strategien für die IT-Geschäftsmodelle	97
5.4	Positionierung von IT-Produkten	100
5.5	Timing der Markteinführung	108
6	Vertriebskonzepte und Marketing-/Vertriebsinstrumente	109
6.1	Marketinginstrumente im Überblick	112
6.2	Marketing-Mix für IT-Produkte	129
6.3	Pragmatische Vertriebsinstrumente	142
6.4	Fazit	148
7	Anforderungs- und Lösungsmanagement	149
7.1	Entwicklung von IT-Produkten	152
7.2	Häufige Probleme im Anforderungsmanagement	155
7.3	Instrumente des Anforderungsmanagements	158
7.4	Software Customer Value Management	165
8	Technisches Produktmanagement	181
8.1	Abgrenzung des technischen IT-Produktmanagements	182
8.2	IT-Produktentwicklungsprozess	185
8.3	Testmanagement	188
8.4	Softwarewartung und -weiterentwicklung	193
8.5	Wiederverwendung	198
9	IT-Services & -Support	205
9.1	Bedeutung und Positionierung von IT-Services und -Support	206
9.2	Klassische mehrstufige Organisation des Supports	210
9.3	Positionierung, Verantwortlichkeiten und Schnittstellen im IT-Support	211
9.4	Organisation nach ITIL V3	212
9.5	Kundenorientierte Ausgestaltung des Supports	221
9.6	Supportstrategien	224
10	Projektmanagement	229
10.1	Produkt- versus Projektmanagement	230
10.2	Koordination von Auftragsprojekten und Produktentwicklung	231
10.3	Zusammenspiel von Produktentwicklung und Produktpflege	233
10.4	Produktentwicklungsprozess	235

10.5	Das klassische Teufelsquadrat: Kräftefeld der Projektziele	236
10.6	Risikomanagement	239
10.7	Koordination von IT-Projekten	246
11	Qualitäts- und Prozessmanagement	251
11.1	Aktivitäten des Prozessmanagements	251
11.2	Komponenten einer Prozessbewertung	253
11.3	Prozessbewertung und -verbesserung mit dem Capability Maturity Model Integration (CMMI)	255
11.4	Anwendung des Prozessmanagements	260
12	Wirtschaftliche Orientierung	269
12.1	Problematik der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	271
12.2	Begriffsabgrenzungen	272
12.3	Methoden und Instrumente der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	275
12.4	Methoden und Instrumente der Aufwandsschätzung	286
12.5	Methoden und Instrumente zur Kalkulation und Preisfindung .	292
12.6	Wirtschaftlichkeit und Geschäftsmodelle	303
13	Erfolgsfaktoren und Strategien	309
13.1	Unternehmensstrategie als Erfolgsgrundlage	311
13.2	Erfolgsfaktoren	317
13.3	Erfolgsrezepte	326
13.4	Success Stories	327
13.5	Fazit	338
Anhang		
	Glossar für das Management von IT-Produkten	343
	Literaturverzeichnis	355
	Stichwortverzeichnis	363