

Modulnummer:	LBT.017
Modulname:	Technologie und Marketing der Verpackung
Modulname (eng.):	Technology and Marketing of Packaging
verantw. Professor:	K. Bickel (bickel@hs-nb.de), M. Ebert (ebert@hs-nb.de)
Vertiefung:	alle (Wahlpflichtmodul)
Studiengang:	Master of Science in Lebensmittel- und Bioprodukttechnologie
Semesterlage:	Sommersemester
Aufteilung der Stunden:	2 SWS Vorlesung und 2 SWS Praktikum
Credits:	6
Prüfung:	mündliche Prüfung mit Präsentationsreferat im Anschluss an das Blockpraktikum, 15 min, es erfolgt eine Benotung
Prüfungsvorleistung:	Erfolgreiche Teilnahme am Praktikum inklusive der Erstellung einer entsprechenden Dokumentation
Modulvoraussetzungen:	Bachelor Abschluss in Lebensmitteltechnologie der HS NB oder vergleichbarer Abschluss einer anderen Hochschule (Näheres regelt die Master-Prüfungsordnung)
Lernziele:	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen Studierende über die Fähigkeit ein rechtskonformes Konzept für die Entwicklung eines neuen Produktes aus produkttechnologischer, lebensmitteltechnologischer und marketingorientierter Sicht, einschließlich der Verpackung zu entwickeln
Inhalt:	<p>Der Verpackung wird ein erheblicher Stellenwert im Lebenslauf der Produkte beigemessen. Wird in diesem Produktzyklus besonders der Entscheidungsprozess des Kaufens und Wiederkaufens produktabhängig in den Vordergrund gerückt, so wird eine Zusammenarbeit der technologischen und der ökonomischen bzw. marketingorientierten Bereiche erforderlich, um ein stetes positives Erfolgsergebnis zu erzielen. Diese umfassende Aufgabenteilung wird in Theorie und Praxis technologisch und marketingmäßig aufbereitet.</p> <p>Hierfür geben die Dozenten zu Beginn des Moduls mehrere Themen an die Studierenden aus, die selbstständig in Kleingruppen bearbeitet werden. Dabei geht es v. a. um die Entwicklung eines produktspezifischen Marketingkonzeptes und einer Verpackung für ein selbst hergestelltes Produkt. Es sollen die klassischen Phasen einer Produktentwicklung, von der Produktidee bis zur Markteinführung, in einem fiktiven Lebensmittelunternehmen theoretisch betrachtet werden. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der theoretischen Entwicklung und - soweit dies möglich ist - Herstellung einer dem Produkt optimal angepassten Verpackung. Die Verpackung ist mit einem marketingwirksamen und rechtskonformen Musteretikett zu versehen.</p> <p>In der Vorlesung werden anhand von Beispielen bestimmte Teilaspekte der Entwicklung der Verpackung und eines produktspezifischen Marketingkonzeptes erläutert.</p>
Material:	Vorlesungsskript, für das Praktikum erforderliche Rohmaterialien werden finanziert
Literatur / Netz:	<p>Spezifische Literatur wird in den jeweiligen Vorlesungen empfohlen. Standardwerke sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vaih-Baur C, Kastner S.: Verpackungsmarketing: Fallbeispiele - Trends – Technologien. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag GmbH, neuste Auflage • Buchner N.: Verpackung von Lebensmitteln. Berlin: Springer-Verlag GmbH, neuste Auflage • Han JH. (Ed.): Innovations in Food Packaging. Heidelberg: Elsevier, neuste Auflage