

Einmalige Aufgabenstellung mit definiertem Anfang und Ende
 Ausgangspunkt: Vorgaben der strategischen Planung, Zielsetzung der SPE. Diese werden von den am Prozess der Marktleistungsentwicklung beteiligten Funktionsbereichen übernommen.

Marketing definiert Kundenanforderungen, Marktleistungserstellung muss diese Anforderungen technisch verwirklichen

Produktion muss die geplanten Prozesse realisieren, Vorgaben verwirklichen

Eingangslogistik hat Beschaffbarkeit der notwendigen Materialien zu überprüfen

Projekt Marktleistungsentwicklung

Ziel

Entwicklung neuer und Verbesserung bestehender Marktleistungen und Prozesse
 => Wettbewerbsvorteile v.a. bei Produktdifferenzierung
 => Preisvorteil durch Kostensenkung (Erfahrungskurve)

Unabhängbare Vorgaben für die Produktion

Marktleistungsentwicklung

Resultat

Pflichtenheft (Produktbeschreibung)

- Anforderungen der Kunden
- Wesentliche Leistungsdaten
- Normen, externe Vorgaben
- Einsatzbereich und Bedingungen der Marktleistung
- Wirtschaftliche Zielsetzungen wie Absatzmenge, Produkt- und Projektkosten
- Zeitliche Vorgaben

Strukturstückliste

- Beschreibt Marktleistung
- Komponenten des Fertigproduktes
- Welche Komponenten in welche anderen Komponenten eingehen

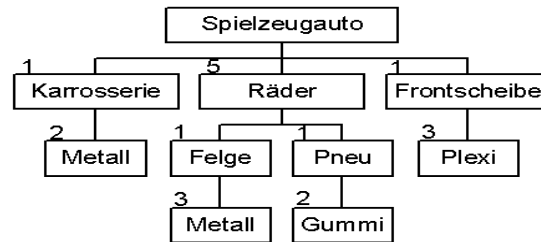
Operationsplan

- Beschreibt Prozess der Marktleistungserstellung, der Produktion

Marketingplanung (pro Produkt)

| | 1998 | 1999 |
|---------------------|-------|-------|
| Verkaufsmenge | 1000 | 1150 |
| Verkaufspreis | 25 | 20 |
| Umsatz | 25000 | 23000 |
| Anfangsbestand 1.1. | 100 | 200 |
| Endbestand 31.12. | 200 | 170 |
| Delta | +100 | -30 |
| Programm | 1100 | 1120 |

Strukturstückliste



Operationsplan

| Operation | Kap.-Einheit | Einrichtezeit (Std) | Vorgabezeit (Min/Stk) |
|------------------|------------------|---------------------|-----------------------|
| Räder an Chassis | Maschine 1 | 2.0 | 2.0 |
| Innenbau | Maschine 2 | 4.0 | 3.5 |
| Montage Scheibe | Maschine 3 | 2.0 | 2.2 |
| Endkontrolle | Arbeitsplatz 123 | 2.0 | 2.5 |