

MARK.01 - Marketingprojekt

MARK.01 - Marketing Project

Allgemeine Informationen	
Modulkürzel oder Nummer	MARK.01
Eindeutige Bezeichnung	MarkProj-01-BA-M
Modulverantwortlich(e)	Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de)
Lehrperson(en)	Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de)
Wird angeboten zum	Wintersemester 2025/26
Moduldauer	1 Fachsemester
Angebotsfrequenz	Regelmäßig
Angebotsturnus	In der Regel jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Empfohlen für internationale Studierende	Ja
Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)	Nein

Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)
Studiengang: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Modulart: Wahlmodul Fachsemester: 4, 5, 7
Studiengang: B.A. - BWL BA - Betriebswirtschaftslehre Schwerpunkt: Marketing Modulart: Verpfl. Wahlmodul, PVO §3 Fachsemester: 5
Studiengang: B.A. - BWL Online - Betriebswirtschaftslehre Online Modulart: Wahlmodul Fachsemester: 5
Studiengang: B.A. - BWL Online TZ - Betriebswirtschaftslehre Online Teilzeit Modulart: Wahlmodul Fachsemester: 10, 9
Studiengang: B.Sc. - WINF - Wirtschaftsinformatik (6 Sem.) Modulart: Wahlmodul Fachsemester: 5
Studiengang: B.Sc. - WINF 7 Sem. - Wirtschaftsinformatik (7 Sem.) Modulart: Wahlmodul Fachsemester: 5, 7

Kompetenzen / Lernergebnisse
<i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i>
Die Studierenden haben nach Abschluss des Kurses ihre Marketing- und Management-Kenntnisse projektbezogen erweitert. Beispiel: Für ein Kooperations-Unternehmen werden neue Kanäle, Märkte oder Analyseansätze erschlossen, mit denen sich die Kursteilnehmenden zum ersten Mal im Detail auseinandersetzen müssen.

Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses ihre Marketing- und Management-Kenntnisse in realen Unternehmensprojekten einbringen, Chancen für Veränderungen in Unternehmen identifizieren und in Projekte überführen. Beispiel: Bestehende Kenntnisse im Bereich Marketing Analytics oder Projektmanagement werden in der Zusammenarbeit mit einem Unternehmen angewandt.

Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses Projektthemen gegenüber verschiedenen Stakeholdern auf Management-Ebene kommunizieren und in (internationalen) Projekten zusammenarbeiten. Beispiel: Die Kurs-Teilnehmenden organisieren selbstständig teamübergreifend gebündelt Anfragen an das Kooperations-Unternehmen und sind in der Lage, ihre Ideen - auch mit wenig Vorlaufzeit - überzeugend gegenüber der Geschäftsführung oder Bereichsleitung zu präsentieren.

Die Studierenden können nach Abschluss des Kurses Projekte unter Anwendung angewandt-wissenschaftlich fundierter Methodik begleiten bzw. Inhalte und Prozesse in Unternehmensprojekten auf angewandt-wissenschaftlicher Basis kritisch reflektieren. Beispiel: Nach Berufseinstieg sind die Kursteilnehmenden in der Lage, eigene Marktanalysen (etwa über Surveys) durchzuführen, und von externen Dienstleistern erstellte Analysen schnell zu erfassen, zu ergänzen und auf Stichhaltigkeit zu prüfen.

Angaben zum Inhalt

Lehrinhalte	Im Rahmen des Kurses arbeiten Studierende in Teams an praxisorientierten Marketing- und Managementprojekten in enger Kooperation mit Unternehmen. Diese Lehrveranstaltung ermöglicht es den Studierenden, ihr theoretisches Wissen in der realen Geschäftswelt anzuwenden, innovative Lösungen zu entwickeln und wertvolle Erfahrungen zu sammeln, die ihre berufliche Entwicklung fördern. Das typische Endprodukt ist eine umfassende, qualitativ hochwertige Präsentation, die in der Regel Folgendes umfasst: - Management-Summary, die die wichtigsten Aussagen aller folgenden Inhalte enthält - Saubere, detaillierte Analyse des aktuellen (Ist-)Zustands - Gut strukturierter Top-Down-Vorschlag (Strategie) für den zukünftigen (Soll-)Zustand, einschließlich unterstützender Analyse - Initiativen-Beschreibung - Implementierungsplan (Planung für die nächsten ~6 Monate, Verantwortlichkeiten, Meilensteine...) (je nach Thema kann auch bereits die Implementierung einer Teil-Idee angegangen werden) #MarketingProjekt #Unternehmensprojekt
Literatur	Auf empfohlene Literatur bzw. Unterlagen von Projektpartnern wird im Moodle hingewiesen.

Lehrformen der Lehrveranstaltungen

Lehrform	SWS
Übung	4

Arbeitsaufwand

Anzahl der SWS	4 SWS
Leistungspunkte	5,00 Leistungspunkte
Präsenzzeit	48 Stunden
Selbststudium	102 Stunden

Modulprüfungsleistung	
Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO	Keine
MARK.01 - Portfolioprüfung	Prüfungsform: Portfolioprüfung Gewichtung: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Ja

Sonstiges	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlegende Marketing- und Managementveranstaltungen sollten bis zur Teilnahme erfolgreich abgeschlossen worden sein