

MPR - Marketing und Produkt-PR

MPR - Marketing and Product PR

| General information | |
|---|--|
| Module Code | MPR |
| Unique Identifier | MarkProdPR-01-BA-M |
| Module Leader(s) | Dubbert, Mathias (mathias.dubbert@haw-kiel.de) |
| Lecturer(s) | Dubbert, Mathias (mathias.dubbert@haw-kiel.de) |
| Offered in Semester | Wintersemester 2026/27 |
| Module duration | 1 Semester |
| Occurrence frequency | Regular |
| Module occurrence | In der Regel im Wintersemester |
| Language | Deutsch |
| Recommended for international students | No |
| Can be attended with different study programme | No |

| Curricular relevance (according to examination regulations) |
|--|
| Study Subject: B.Eng. - Ming - Medieningenieur/-in (PO 2018, V1 + PO 2021, V2) Module type: Pflichtmodul Semester: 3 |

| Qualification outcome |
|---|
| <i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</i> |
| In diesem Modul werden die Grundlagen der BWL mit Schwerpunkt auf dem Business-Marketing erarbeitet. Aufbauend auf den allgemeinen Grundlagen des Marketings und den absatzpolitischen Werkzeugen werden die Prozesse des strategischen und operativen Marketings erarbeitet. Die grundlegenden Marktmechanismen werden behandelt und die daraus resultierenden strategischen Handlungsoptionen werden diskutiert. Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei der Prozess der Markteinführung von innovativen, erklärungsbedürftigen Produkten und Produktfamilien sowie die zwischen verschiedenen Unternehmen bestehenden Absatz- und Beschaffungsbeziehungen. Dieser wird in einem Praxisprojekt beispielhaft erarbeitet, indem produktabhängige dynamische Marketingpläne aufgestellt werden. Es wird auf aktuelle Entwicklungen zur Social Media Akquise und Kundenbindung eingegangen. |

| Content information | |
|---------------------|---|
| Content | <p>Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse der Grundbegriffe der BWL im Allgemeinen sowie des strategischen und operativen Marketings im Speziellen - Kenntnisse der absatzpolitischen Werkzeuge und deren Anwendung - die Fähigkeit, theoretisch erworbenes Wissen in der Praxis umzusetzen - die Kompetenz, ein eigenes Projekt zu planen, durchzuführen und kritisch zu evaluieren <p>Kompetenzvermittlung: 60% Fachkompetenz, 20% Schlüsselkompetenz, 20% Methodenkompetenz</p> |
| Literature | Eine aktuelle Literaturliste wird am Anfang des Semesters bekannt gegeben. Ausgewählte Texte zu einzelnen Veranstaltungen werden zur Verfügung gestellt. |

| Teaching formats of the courses | |
|--|------------|
| Teaching format | SWS |
| Lehrvortrag | 2 |
| Übung | 2 |

| Workload | |
|----------------------|--------------|
| Number of SWS | 4 SWS |
| Credits | 5,00 Credits |
| Contact hours | 48 Hours |
| Self study | 102 Hours |

| Module Examination | |
|--|--|
| Examination prerequisites according to exam regulations | None |
| MPR - Projektbezogene Arbeiten | Method of Examination: Projektbezogene Arbeiten Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes |