

## MPRO - Managementprojekt

### MPRO - Business (Policy) Project

---

<b>Allgemeine Informationen</b>	
<b>Modulkürzel oder Nummer</b>	MPRO
<b>Eindeutige Bezeichnung</b>	MgmtProjB-01-BA-M
<b>Modulverantwortlich(e)</b>	Prof. Dr. Lorenzen, Klaus Dieter (klaus.lorenzen@haw-kiel.de) Prof. Dr. Eckardt, Gordon (gordon.eckardt@haw-kiel.de) Prof. Dr. Möbus, Matthias (matthias.moebus@haw-kiel.de) Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de) Schweers, Ann-Christin (ann-christin.schweers@haw-kiel.de) Hamurcuoglu, Ufukhan (ufukhan.hamurcuoglu@haw-kiel.de) Dr. Qushta, Jassir (jassir.qushta@haw-kiel.de)
<b>Lehrperson(en)</b>	Hamurcuoglu, Ufukhan (ufukhan.hamurcuoglu@haw-kiel.de) Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de) Prof. Dr. Lorenzen, Klaus Dieter (klaus.lorenzen@haw-kiel.de) Dr. Qushta, Jassir (jassir.qushta@haw-kiel.de)
<b>Wird angeboten zum</b>	Wintersemester 2026/27
<b>Moduldauer</b>	1 Fachsemester
<b>Angebotsfrequenz</b>	Regelmäßig
<b>Angebotsturnus</b>	In der Regel jedes Semester
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch
<b>Empfohlen für internationale Studierende</b>	Nein
<b>Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)</b>	Nein

#### **Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)**

Studiengang: B.A. - BWL BA - Betriebswirtschaftslehre  
Modulart: Pflichtmodul  
Fachsemester: 3

#### **Kompetenzen / Lernergebnisse**

*Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.*

Studierende können die Aussagen betriebswirtschaftlicher Teildisziplinen und anderer Disziplinen (z.B. Recht, Mathematik, Statistik, ...) reflektieren und zueinander in Beziehung setzen. grundlegende Begriffe und Modelle der strategischen Unternehmenssteuerung beschreiben und verstehen sowie die theoretischen Hauptströmungen voneinander abgrenzen.

Vor- und Nachteile sowie Grenzen und Möglichkeiten verschiedener Theorien, Konzepte und Instrumente strategischer Unternehmensführung verstehen und beurteilen.

Studierende können das bisher (laut Regelstudienplan) erworbene Wissen unter Beachtung der Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens zur Lösung eines durch Neuartigkeit, Interdisziplinarität, Komplexität und unsichere/unvollständige Informationen gekennzeichneten betrieblichen Problems anwenden.

beurteilen, welche Methoden und Konzepte der verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen für die Problemlösung geeignet sind und diese anwenden.

fehlende Informationen selbstständig sammeln und interpretierend einordnen.

begründet beurteilen, welche theoretischen und konzeptionellen Modelle und welche Methoden geeignet erscheinen, einen realen Fall zu bearbeiten.

anhand der ausgewählten Modelle selbstständig (alternative) Lösungen für eine offene und komplexe Fragestellung entwickeln.

Studierende können

Fachleuten und Laien die zu Grunde liegenden Modelle erläutern.

komplexe fachbezogene Fragen und Lösungen gegenüber anderen Fachleuten argumentativ vertreten und mit diesen weiterentwickeln.

in wechselnden Beziehungen (zwischen Kolleg\*innen im Team, mit ggf.

Unternehmenspartner\*innen, mit Lehrenden) Wünsche und Erwartungen der Beteiligten verstehen, eigene Anforderungen formulieren und eigene Lösungsvorschläge begründend vorstellen.

die eigene Rolle im Team bei der Gruppenarbeit und als „Berater\*in“ des Unternehmens reflektieren und kompetent ausfüllen.

mit Wissen um Theorien und Methoden der Erkenntnisgewinnung ihre Einstellungen zu reflektieren und eine begründete Haltung zur eigenen professionellen Rolle und zur Rolle als Mitglied einer Gruppe einzunehmen.

aus ihrem erworbenen Wissen wissenschaftlich fundierte Urteile zum eigenen Agieren in Fragen strategischen Managements zu gewinnen.

offene Aufgabenstellungen selbstständig zu bearbeiten.

<b>Angaben zum Inhalt</b>	
<b>Lehrinhalte</b>	<p>In diesem Modul werden die Lerninhalte der Module der Vorsemester und ausgewählte Inhalte der zu diesem Kurs parallel laufenden Module über Unternehmens-Fallstudien, die strategische Entscheidungssituationen in Unternehmen widerspiegeln, miteinander verbunden und vertieft.</p> <p>In einem ersten Schritt (1) werden ausgehend von der Ist-Situation eines (i.d.R. realen) Beispiels aus der betrieblichen Praxis unter Zuhilfenahme etablierter und neuerer strategischer Analyse- und Planungsinstrumente (z.B. Unternehmens-, Umwelt-, Wettbewerbsanalyse, usw.) Ansatzpunkte für eine strategische Neuausrichtung des Unternehmens bzw. eines Geschäftsbereiches erarbeitet.</p> <p>In einem zweiten Schritt (2) wird im Rahmen dieser strategischen Neuausrichtung unter Zuhilfenahme betriebswirtschaftlicher Methoden ein operatives (Umsetzungs-) Projekt bearbeitet (z.B. Marktanalyse, Produktneuentwicklung, Marketingkonzept, Prozessoptimierung, usw.), das einen konkreten Beitrag zum Erreichen der zuvor erarbeiteten strategischen Ziele leisten soll.</p> <p>Während des gesamten Entwicklungsprozesses stehen wir, die Lehrenden, als Coaches begleitend zur Seite. Überzeugen Sie uns als Ihre fiktive Geschäftsleitung von der Vorteilhaftigkeit Ihrer Ideen – von der Entwicklung einer strategischen Neuorientierung bis hin zur deren konkreter Umsetzung!</p> <p>Wir freuen uns auf Sie und eine spannende Veranstaltung!</p>
<b>Literatur</b>	<p>Kastner, C. et al: Innovative Unternehmensführung - Erprobte Strategien, Techniken und Booster, die Unternehmen und Start-ups zukunftsfähig machen (2023), <a href="https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-40943-2">https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-40943-2</a></p> <p>Kerth, K./Asum, H./Stich, V. (2023): Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser, 7. Auflage 2023</p> <p>Kreutzer, R. T.: Der Weg zur nachhaltigen Unternehmensführung - Wie Sie Verantwortung für Menschen, Umwelt und Wirtschaft übernehmen, in SDG - Forschung, Konzepte, Lösungsansätze zur Nachhaltigkeit (2023), <a href="https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41051-3">https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-41051-3</a></p> <p>Schreyögg, G./Koch, J. (2020): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien; SpringerGabler, 8. Auflage 2020</p> <p>Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K./Gilbert, D.U./Hachmeister, D./Jarchow, S./Kaiser, G. (2023): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, SpringerGabler, 10. Auflage 2023</p> <p>Die Liste wird zu Beginn der Lehrveranstaltung ggf. ergänzt</p>

<b>Lehrformen der Lehrveranstaltungen</b>	
<b>Lehrform</b>	<b>SWS</b>
Übung	6

<b>Arbeitsaufwand</b>	
<b>Anzahl der SWS</b>	6 SWS
<b>Leistungspunkte</b>	5,00 Leistungspunkte
<b>Präsenzzeit</b>	72 Stunden
<b>Selbststudium</b>	78 Stunden

<b>Modulprüfungsleistung</b>	
<b>Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO</b>	Da die Lehrveranstaltungen und das begleitende Coaching für den interaktiven wissenschaftlichen Diskurs erforderlich sind und es sich um eine praktische Übung handelt, ist die Teilnahme verpflichtend und Voraussetzung für das Ablegen der Prüfungsleistung.
<b>MPRO - Portfolioprüfung</b>	Prüfungsform: Portfolioprüfung Gewichtung: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Ja Anmerkung: Die Anforderungen an das Portfolio werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

<b>Sonstiges</b>	
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Module der beiden ersten Semester und insbesondere das Modul "Strategisches Management und Marketing" sollten erfolgreich absolviert sein.
<b>Sonstiges</b>	In diesem Modul werden die Aufgaben von studentischen Gruppen bearbeitet, deren Zusammensetzung in der ersten Lehrveranstaltung des Semesters festgelegt wird. Die Gruppen werden von Lehrenden betreut. Die ausgewiesene Präsenzzeit beinhaltet die Zeit für diese Coachings.