

MARK.01 - Marketingprojekt

MARK.01 - Marketing Project

General information	
Module Code	MARK.01
Unique Identifier	MarkProj-01-BA-M
Module Leader(s)	Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Prof. Dr. Kühn, Christopher (christopher.kuehn@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Sommersemester 2026
Module duration	1 Semester
Occurrence frequency	Regular
Module occurrence	In der Regel jedes Semester
Language	Deutsch
Recommended for international students	Yes
Can be attended with different study programme	No

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Module type: Wahlmodul Semester: 4, 5, 7
Study Subject: B.A. - BWL BA - Betriebswirtschaftslehre Study Focus: Marketing Module type: Verpfl. Wahlmodul, PVO §3 Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online - Betriebswirtschaftslehre Online Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online TZ - Betriebswirtschaftslehre Online Teilzeit Module type: Wahlmodul Semester: 10, 9
Study Subject: B.Sc. - WINF 7 Sem. - Wirtschaftsinformatik (7 Sem.) Module type: Wahlmodul Semester: 5, 7

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</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.

Content information

Content	<p>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.</p> <p>Das typische Endprodukt ist eine umfassende, qualitativ hochwertige Präsentation, die in der Regel Folgendes umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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...) <p>(je nach Thema kann auch bereits die Implementierung einer Teil-Idee angegangen werden)</p> <p>#MarketingProjekt #Unternehmensprojekt</p>
Literature	Auf empfohlene Literatur bzw. Unterlagen von Projektpartnern wird im Moodle hingewiesen.

Teaching formats of the courses

Teaching format	SWS
Übung	4

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
MARK.01 - Portfolioprfung	<p>Method of Examination: Portfolioprfung</p> <p>Weighting: 100%</p> <p>wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No</p> <p>Graded: Yes</p>

Miscellaneous	
Recommended Prerequisites	Grundlegende Marketing- und Managementveranstaltungen sollten bis zur Teilnahme erfolgreich abgeschlossen worden sein