

Übersicht BW07 Kurs 2

Grundlagen des strategischen Marketing-Managements

Sommersemester 2026

Liebe Studierende,

zunächst möchten wir Sie ganz herzlich zum Semesterstart begrüßen! Wir hoffen, dass Sie gut gestartet sind und freuen uns sehr auf die Vorlesungstermine mit Ihnen.

Die Vorlesungen finden in der Regel **donnerstags von 12:30 bis 14:00 im Hörsaal 6A** statt. Der **Kick-Off Termin am 16.04.2026** dient der Klärung organisatorischer Fragen, der Vorstellung des Vorlesungsaufbaus und es werden bereits die ersten Vorlesungsinhalte präsentiert. **Am 02.07.2026 und 16.07.2026** finden Gastvorträge statt. Diese sind ebenfalls klausurrelevant. Der Termin am **23.07.2026** ist ein **Repetitorium**, in dem noch offene Fragen beantwortet werden. Dieser Termin findet via **WebEx** statt. Zu den einzelnen Terminen und den entsprechenden Inhalten verweisen wir auf die Tabelle auf Seite 3.

Über die Vorlesungsinhalte hinaus werden zu ausgewählten Konzepten E-Learning-Videos zur Verfügung gestellt. Sie können über **ILIAS (www.ilias.hhu.de)** darauf zugreifen. Zudem wird der Veranstaltung ein Lernquiz beigelegt. Damit soll Ihnen eine Lernerfolgskontrolle ermöglicht werden.

Wir weisen darauf hin, dass Sie Ihre **HHU-E-Mails regelmäßig abrufen** sollten. Dies ist wichtig, weil bisweilen kurzfristig Informationen des Lehrstuhls an die Studierenden gesendet werden. Sollten Sie darüber hinaus noch Fragen haben, so kommen Sie gerne unter den genannten Kontaktdaten auf uns zu.

Mit freundlichen Grüßen und nochmals herzlich willkommen!

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning und Nina Erdmann

Kontaktdaten:

Nina Erdmann, M.Sc.
nina.erdmann@hhu.de

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
marketing@hhu.de

Lernergebnisse:

Studierende sind nach Abschluss des Kurses in der Lage,

- die Grundlagen des strategischen Marketings zu benennen.
- die wesentlichen Konzepte und Theorien des strategischen Marketings zu beherrschen.
- strategische Entscheidungen im Zusammenhang mit der marktorientierten Unternehmensführung zu beurteilen.
- eigenständig grundlegende Entscheidungen im Rahmen einer Marketing-Konzeption zu treffen.

Literatur:

- Backhaus, K./Schneider, H. (2020): Strategisches Marketing, 3. Aufl., Stuttgart 2020
- Ergänzende Literatur wird jeweils noch bekannt gegeben.

Prüfungsleistung:

Die Modulabschlussprüfung zum Modul BW07 „Marketing“ erfolgt über den Inhalt der Kurse 1, 2, 3 und 4 schriftlich zum Ende jeden Semesters in Form einer Klausur (120 Minuten). In der Klausur müssen Fragen zu 3 von den angebotenen 4 Kursen beantwortet werden.

Nr.	Termin	Gliederung	Dozent/-in
1	16.04.25	Kick-Off: Einführung und begriffliche Grundlagen	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
2	23.04.25	Begriffliche Grundlagen des KKV Konzepts	Nina Erdmann, M.Sc.
3	30.04.25	Die Spielarena: Prinzip der Marktabgrenzung, Marktsegmentierung	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
4	07.05.25	Die Spielregeln: Exogene und endogene Spielregeln	Nina Erdmann, M.Sc.
5	21.05.25	Das Spielverhalten: Wertschöpfungsmaximierung und -verteilung I	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
6	28.05.25	Das Spielverhalten: Wertschöpfungsmaximierung und -verteilung II	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
7	11.06.25	Dynamisches KKV-Management	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
8	18.06.25	Veränderung der Spielarena	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
9	25.06.25	Veränderung der Spielregeln	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
10	02.07.25	Gastvortrag	Frau Nicola Tanaskovic, Bereichsleitung Corporate Responsibility bei der REWE Group (angefragt)
11	09.07.25	Veränderung des Spielverhaltens	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
12	16.07.25	Gastvortrag	Herr Bodo Lechtermann, Managing Partner bei accoda (angefragt)
13	23.07.25	Repetitorium (als WebEx-Termin)	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning Nina Erdmann, M.Sc.