

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere
Marketing Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

Übersicht MW37 Kurs 1

Business-to-Business Marketing Sommersemester 2025

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 14:30 bis 16:00 im Hörsaal 5F** statt. Der **Kick-Off Termin am 10.04.2025** dient der Klärung organisatorischer Fragen, der Vorstellung des Vorlesungsaufbaus und es werden bereits die ersten Vorlesungsinhalte präsentiert. **Am 22.05.2025 und am 03.07.2025** finden Gastvorträge statt. Diese sind ebenfalls klausurrelevant. Der Termin am **17.07.2025** 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.

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, Lara Fröbel und Dr. Alena Bermes

Kontaktdaten

Lara Fröbel
lara.froebel@hhu.de
0211 - 8114492

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

Dr. Alena Bermes
alena.bermes@hhu.de

Lernergebnisse:

Studierende können nach Abschluss des Kurses

- Besonderheiten des Business-to-Business Marketing wiedergeben.
- die Wettbewerbsposition bestimmen: organisationales Beschaffungsverhalten, relative Konkurrenz- und Ressourcenanalyse.
- geschäftstypenspezifisches Marketing im Produkt-, Projekt-, System- und Integrationsgeschäft beschreiben.
- Geschäftstypenwahl und -wechsel begründen.

Literatur:

- Backhaus, K./Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing, 10. Aufl., München (E-Book über ULB verfügbar)
- Ergänzende aktuelle Literatur, insbesondere aus Fachzeitschriften, wird noch bekannt gegeben

Prüfungsleistung:

Die Modulabschlussprüfung zum **Modul MW37 Kurs 1** „Business-to-Business Marketing“ erfolgt schriftlich zum Ende jedes Sommersemesters über alle Kurse des Moduls MW37 (90 Minuten), von denen 2 Kurse zu wählen sind.

Nr.	Datum	Gliederung	Dozent/in
1	10.04.2025	Kick-Off-Meeting & Grundlagen, Besonderheiten und Vermarktungsobjekte des Industriegütermarketings 1.1 Grundlagen und Besonderheiten 1.2 Vermarktungsobjekte	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning Lara Fröbel, M.Sc.
2	17.04.2025	2. Bestimmung der KKV-Position im Kontext des Industriegütermarketings 2.1 Nachfrager (industrielle Kunden)	Lara Fröbel, M.Sc.
3	24.04.2025	2. Bestimmung der KKV-Position im Kontext des Industriegütermarketings 2.2 Konkurrenz + 2.3 Anbieter 3. Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.1 Typologien des Industriegütermarketings	Lara Fröbel, M.Sc.
4	08.05.2025	3. Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.2 Marketing im Produktgeschäft	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
5	15.05.2025	3. Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.3 Marketing im Projektgeschäft	Lara Fröbel, M.Sc.
6	22.05.2025	Gastvortrag	Kerstin Lehmann, Dipl.-Kff.
7	05.06.2025	3. Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.4 Marketing im Systemgeschäft I	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
8	12.06.2025	3. Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.4 Marketing im Systemgeschäft II	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
9	26.06.2025	Geschäftstypenspezifisches Marketing 3.5 Marketing im Integrationsgeschäft	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning
10	03.07.2025	Gastvortrag	Dr. Maximilian Hartmann
11	10.07.2025	4. Geschäftstypenwechsel	Lara Fröbel, M.Sc.
12	17.07.2025	Repetitorium (als WebEx-Termin)	Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning Lara Fröbel, M.Sc.