

<b>Modulbezeichnung (eng.)</b>	<b>Business-to-Business Marketing ()</b>	
<b>Semester</b>	null	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Schwerpunkt	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Empf. Voraussetzungen</b>	Marketing Grundlagen	
<b>Verwendbarkeit</b>		
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Klausur 1h	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Vorlesung Übung	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Hummels	
<b>Qualifikationsziele</b>		
<p>Die Studierenden verfügen über vertieftes Fachwissen und kritisches Verständnis der Theorien und Methoden des B2B-Marketings und können diese breit zur Bearbeitung und Lösung komplexer praktischer Probleme auf Industriegütermärkten anwenden. Sie können basierend auf eigenständiger Analyse alleine und in Expertenteams strukturiert Abwägungen und Entscheidungen in komplexen und unbekannt Situationen treffen und wissenschaftliche Fragestellungen des Fachgebiets eigenständig definieren, recherchieren und ausarbeiten.</p>		
<b>Lehrinhalte</b>		
<p>Gegenstand des Moduls sind die Besonderheiten von Industriegütermärkten, um deren Identifikation es zunächst geht. Anschließend erfolgt weitgehend eine Orientierung an den Grundelementen des Marketings. So werden die Spezifika des organisationalen Kaufverhaltens, der Marktforschung auf Business Märkten, im Business-to-Business-Umfeld relevante strategische Fragestellungen sowie die Besonderheiten der Ausgestaltung des organisationsbezogenen Marketingmix vermittelt und angewandt. Alle Inhalte werden durch aktuelle Praxisbeispiele illustriert. Die Anwendung der erlernten Inhalte auf die Praxis erfolgt durch die Bearbeitung und Diskussion von Aufgaben (alleine und in Gruppenarbeiten), die den Charakter kleinerer Fallstudien haben. Die Anfertigung einer Hausarbeit dient der vertieften wissenschaftlichen Analyse ausgewählter aktueller Themen mit praktischem Bezug.</p>		
<b>Literatur</b>		
<p>Godefroid, P./ Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing. Kiehl, aktuelle Auflage Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Hummels	Business-to-Business Marketing	4