

MSCWING-B2B1 - B2B-Marketing 1 (Technischer Vertrieb/ Einkauf 1)

MSCWING-B2B1 - B2B-Marketing 1 (Industrial Salesmanagement/Procurement)

General information	
Module Code	MSCWING-B2B1
Unique Identifier	B2BMark1Tec1-01-MA-M
Module Leader(s)	Prof. Dr. Eckardt, Gordon (gordon.eckardt@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Dr. Qushta, Jassir (jassir.qushta@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Wintersemester 2026/27
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: M.Sc. - WIW - Wirtschaftsingenieurwesen (Aufnahme bis SoSe 25)
Module type: Pflichtmodul
Semester: 1

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 können die Besonderheiten sowie die grundlegenden Begriffe und Konzepte des strategischen und operativen B2B-Marketings benennen, beschreiben und voneinander abgrenzen. Die Studierenden können Bezüge zwischen dem praktischen Fall/dem Problem/der Fragestellung und einer Regel/einer Methode/einem Modell/einer Theorie herstellen und mögliche, geeignete Ansätze, Methoden, Instrumente zur Lösung benennen.
Die Studierenden können Bezüge zwischen dem praktischen Fall/dem Problem/der Fragestellung und einer Regel/einer Methode/einem Modell/einer Theorie herstellen und mögliche, geeignete Ansätze, Methoden, Instrumente zur Lösung anwenden.
Die Studierenden können in Vorträgen und Präsentationen ihre Arbeitsergebnisse vorstellen und verteidigen. Sie vertreten in Diskussionen argumentativ, komplexe fachbezogene Probleme und Lösungen gegenüber anderen Studierenden. Sie können innerhalb einer Fachdiskussion theoretisch und methodisch fundierte Argumentationen aufbauen.
Die Studierenden begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen auf der Grundlage von Erfahrungen aus der Lehrveranstaltung und dort analysierten Fällen. Sie können selbstständig offene Aufgabenstellungen bearbeiten.

Content information

Content	1. Merkmale und Besonderheiten des #B2B-Marketing 2. #Analyse, #Zielsetzung und #Strategieentwicklung im B2B-Marketing mit Schwerpunkt auf #Produktgeschäft, #Anlagengeschäft, #Systemgeschäft und #Zuliefergeschäft sowie B2B-Marketing im Internet 3. Analyse und Vorstellung exemplarischer #Geschäftsmodelle 4. Reflexion, Transfer und Präsentation der Inhalte und Ergebnisse Die Anwendung und der Transfer werden über den Einsatz von Fallstudien unterstützt.
Literature	Eckardt, G. H.: Business-to-Business-Marketing: Eine Einführung für Studium und Beruf, Stuttgart 2010. Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing: Grundlagen des Business-to-Business-Marketings, 10. Aufl., Wiesbaden 2014. Backhaus, K.; Voeth, M. (Hrsg.): Handbuch Business-to-Business-Marketing: Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing, 2. Aufl., Wiesbaden 2015.

Teaching formats of the courses

Teaching format	SWS
Seminar	2

Workload

Number of SWS	2 SWS
Credits	5,00 Credits
Contact hours	24 Hours
Self study	126 Hours

Module Examination

Examination prerequisites according to exam regulations	None
MSCWING-B2B1 - Portfolioprfung	Method of Examination: Portfolioprfung Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Satz 2 PVO: No Graded: Yes