

Lehrveranstaltung:

Internationaler Technischer Vertrieb / International Technical Sales 1 (BAE2251)

Kapazität: 2 SWS, 2 Credits,
Vorlesungssprache, Niveau: Deutsch, berufsqualifizierendes akad. Niveau
Termin: Montag 13:45–17:00 Uhr (Studiengang WI)
geblockte Termine
Vorlesungsbeginn: voraussichtlich 12. Oktober 2020
Raum: tbd oder online, abhängig von der aktuellen Lage.
Bitte beachten Sie aktuelle Bekanntmachungen

Lehrender:

Lehrbeauftragter: Michael Goepfardt
Kontakt: wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Ihr Lernen und Ihr Erfolg ist mir ein Anliegen, dabei möchte ich Sie unterstützen. Falls Sie mit der Lehrveranstaltung irgendwelche Probleme haben oder sich Fragen ergeben, sollten Sie mich ansprechen bzw. mir eine E-Mail senden. Ich werde zeitnah antworten und falls notwendig einen Termin mit Ihnen vereinbaren.

Kurzbeschreibung:

Gegenstand dieser Lehrveranstaltung sind aufbauend auf den Grundlagen des Technical Sales bzw. des Marketings die Produktpolitik und Kommunikationspolitik mit Schwerpunkt auf Industriegütermarketing. Zudem werden Marketing- bzw. Marktkommunikationsstrategien thematisiert.

Voraussetzungen:

Empfohlen: Module der Betriebswirtschaftslehre 1 und 2

Lernergebnisse:

Studierende

- kennen Ziele und die Philosophie des Technical Sales bzw. des Marketings für Ingenieure, sowie die wesentlichen Begriffe des Marketings unter besonderer Berücksichtigung internationaler Zusammenhänge
- kennen die Besonderheiten und Geschäftstypologien des Investitionsgütermarketings
- können die Kaufentscheidungsprozesse industrieller und privater Kunden nachvollziehen und auf diese eingehen
- kennen die grundlegenden Aspekte der Produktpolitik und kann diese anwenden
- kennen die grundlegenden Aspekte der Kommunikationspolitik und kann diese auf produktpolitische Fragestellungen anwenden
- kennen grundlegende Aspekte der elektronischen Unterstützung der Aufgabenstellungen des Technical Sales

Inhalt:**A. Grundlagen Marketing**

1. Konzepte und internationale Aspekte des Technical Sales
2. Anwendungsfelder der Produkt- und Kommunikationspolitik

B. Produktpolitik

1. Produkttypologien
2. Produktvariation, -differenzierung und -positionierung
3. Produktinnovation
4. Produktlebenszyklus
5. Dienstleistungsprodukte

C. Kommunikationspolitik

1. Ausprägungen und Phasen der Markt- und Kundenkommunikation
2. Markenbildung
3. Kommunikationsinstrumente
4. Besonderheiten der Industriekundenkommunikation
5. Kommunikationsstrategien
6. Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit im Vertrieb

D. Elektronische Unterstützung des Technical Sales

1. Anforderungen, Anwendungssysteme, Standards
2. Electronic Business

Beitrag der Lehrveranstaltung zu den Zielen des Studiengangs

	Lernergebnis	Beitrag
1.3	Die Studierenden weisen nach, dass sie ein solides Grundwissen in Betriebswirtschaftslehre haben.	Einführung und Vermittlung von Grundlagen des International Marketing und technisches Sales, erste Vertiefungen im Industrial Sales und Technical Sales.
4.1	Die Studierenden kennen die Grundsätze ethischer Diskurse und können diese auf typische betriebliche Entscheidungsprobleme anwenden.	Diskussion über Grenzen des Marketing und Dysfunktion von Märkten.
5.2	Die Studenten weisen ihre mündliche Ausdrucksfähigkeit durch überzeugende Präsentationen und Vorträge nach.	Präsentation von Case Studies, Einsatz von Medien
6.1	Im Rahmen praktischer Aufgabenstellungen zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, erfolgreich im Team zu arbeiten.	Bearbeitung von Case Studies im Team.
7.1	Im Rahmen einer anwendungsorientierten Aufgabenstellung zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, komplexe, mehrere Disziplinen umfassende Lösungen zu erarbeiten und zu präsentieren.	Eigenständige Bearbeitung von Case Studies, selbstständige Einarbeitung in unterschiedliche Branchen/Technologien.

Lehr- und Lernkonzept

Das Lehr- und Lernkonzept ist durch ein Drei-Phasen-Konzept gekennzeichnet, wobei das Verständnis von Zusammenhängen im Vergleich zur reinen Vermittlung von Informationen deutlich im Vordergrund steht. In der Phase I und damit dem wesentlichen Teil der Veranstaltung vermittelt der Lehrende im Rahmen einer Vorlesung das relevante Wissen. Hierbei werden die Studierenden durch z. B. Fragen und Diskussionen aktiv einbezogen. In Phase II werden diese Wissensmodule, i.d.R. sofort anschließend, durch von den Studierenden selbst zu

bearbeitenden Übungsaufgaben oder Fallbeispiele vertieft und auf praktische Anwendungsfälle übertragen. Der Lehrende ist dabei anwesend und steht für Fragen und Erläuterungen zur Verfügung. Die Ergebnisse werden von den Studierenden vorgestellt und anschließend diskutiert. Das bedeutet, dass in der Lehrveranstaltung das Grundwissen nicht nur vermittelt, sondern auch durch Anwendungsbeispiele und Übungen angewandt und vertieft wird.

In der Phase III vertiefen die Studierenden das erlernte Wissen noch einmal selbständig anhand der Literatur. Ein kontinuierliches Mitarbeiten und nacharbeiten des Stoffes ist damit unabdingbare Voraussetzung für den Lernerfolg. Gleichzeitig wird dadurch auch der Aufwand für die Klausurvorbereitung minimiert bzw. über das gesamte Semester verteilt. Eine aktive Mitarbeit im Unterricht ist elementarer Bestandteil des Lehr- und Lernkonzeptes. Der Lehrende steht jederzeit als Gesprächspartner zur Verfügung und gibt Unterstützung und Ratschläge. Die Kommunikation erfolgt im persönlichen Gespräch oder über E-Mail.

Regelungen zum Leistungsnachweis:

Vorgesehen: Klausur, kann aufgrund der aktuellen Entwicklungen im Wintersemester 20/21 auf Hausarbeit umgestellt werden. Wird im Kurs bekanntgegeben.

Das vermittelte Wissen wird im Rahmen Gemeinschaftsklausur mit der Vorlesung International Technical Sales 2 überprüft und benotet.

- 'Sehr gut' bedeutet herausragende Leistung die weit über dem erwartbaren Durchschnitt liegt.
- 'Gut' bedeutet gute Leistung, die über dem Durchschnitt liegt.
- 'Befriedigend' bedeutet durchschnittliche Leistung, welche durchaus Mängel aufweist, jedoch den Anforderungen grundsätzlich entspricht.
- 'Ausreichend' bedeutet unterdurchschnittliche Leistung mit auffälligen Mängeln.
- ‚Mangelhaft‘ bedeutet nicht akzeptable Leistung, welche den Anforderungen nicht mehr entspricht.

Lehr-/Lernunterlagen:

- Vorlesungsbegleitendes Skript (beziehbar im E-Learningsystem der Hochschule)
- Backhaus, K.: Industriegütermarketing, 10. Auflage, München: 2014.
-
- Kleinaltenkamp, M.. Business Relationship Management and Marketing : Mastering Business Markets [Online], Berlin, Heidelberg, Springer, 2015.
- Kotler, P. 2017. Marketing-Management : Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien [Online], 15th edn, Hallbergmoos, Germany, Pearson 2017.
- Meffert, H. et al.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler, 2007.
- Freter, H: Marketing – Einführungsbuch mit Übungsaufgaben. München: München u.a.: Pearson, 2004.

- Fritz, W.; Oelsnitz, D.: Marketing - Elemente marktorientierter Unternehmensführung.
4. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer, 2006

Mein Selbstverständnis als Lehrender

Ich möchte meinen Teil dazu beitragen, dass Sie einen erfolgreichen Lernfortschritt realisieren und ein Verständnis für die praktische Bedeutung der Lerninhalte bekommen. Verständnisfragen sollten möglichst gleich während des Unterrichts gestellt werden. Ebenso sind Ihre eigenen Beiträge und Kommentare, die dem Lernfortschritt aller dienen, herzlich willkommen. Mein Ziel ist es, dass Sie die Veranstaltung erfolgreich abschließen können, allerdings liegt der wesentliche Teil der Arbeit bei Ihnen. Mir geht es dabei nicht nur, dass Sie die Klausur erfolgreich meistern, sondern dass Sie wichtiges Wissen und Verständnis für die inhaltsbezogenen Zusammenhänge für Ihre spätere Berufspraxis mitnehmen.

Verhaltensregeln für die Studierenden:

- Lesen Sie den Syllabus
- Beteiligen Sie sich aktiv an der Vorlesung
- Arbeiten Sie den Vorlesungsstoff kontinuierlich nach
- Verhalten Sie sich fair gegenüber den anderen Studierenden
- Kommen Sie pünktlich zum Unterricht und gehen Sie nicht früher
- Nutzen Sie die Vorlesung und Aufgaben zum Erkenntnisgewinn und vermeiden Sie ablenkende Tätigkeiten während der Veranstaltung
- Interessieren Sie sich für angrenzende Themenstellungen und versuchen aktiv Querverbindungen zu finden und in die Diskussion mit einzubringen
- Arbeiten Sie kooperativ und kontinuierlich in Ihrem Team. Bei Problemen sollten Sie möglichst frühzeitig den Lehrenden konsultieren.

Vorläufiger Zeitplan

Termin	Inhalt der Veranstaltung
1	Einführung und Anwendungsfelder der Produkt- und Kommunikationspolitik
2	Einführung und Anwendungsfelder der Produkt- und Kommunikationspolitik
3	Produktpolitik
4	Produktpolitik
5	Produktpolitik
6	Produktpolitik
7	Produktpolitik
8	Kommunikationspolitik
9	Kommunikationspolitik
10	Kommunikationspolitik
11	Kommunikationspolitik
12	Kommunikationspolitik
13	Elektronische Unterstützung des Technical Sales / Fallstudie: Kommunikationsstrategien im Technischen Vertrieb
14	Wiederholung und Klausurvorbereitung und Abschluss

Regeln für akademisch korrektes Arbeiten

Der Lehrende begrüßt es, wenn sich die Studierenden über die Inhalte der Lehrveranstaltung austauschen. Wenn Probleme und Fragen auftreten, können Mitstudenten einen wertvollen Beitrag zur Steigerung des eigenen Verständnisses leisten. Darüber hinaus ist das Literaturstudium ein wesentlicher Bestandteil des akademischen Arbeitens. D.h. die Studierenden sollten den Vorlesungsstoff anhand der Literatur nacharbeiten und vertiefen. Die in diesem Syllabus aufgeführte und in der Vorlesung erwähnte Literatur ist zwar grundsätzlich ausreichend, zum akademischen Arbeiten gehört aber auch, dass die Studierenden selbständig weitere Literaturstellen suchen und sich auch kritisch mit unterschiedlichen Ansätzen befassen.