



Studieninhalte Vertriebsmanager/-in (FH)

Hochschulzertifikat

1. Semester

Vertrieb und Unternehmen (5 ECTS)

Strategisches Marketing (Marketing und Management,- Planung von Strategien, Umsetzung von Strategien) - Informationsgrundlagen im Marketing (Bedeutung von Informationen, Nutzung von Informationen, Informationsgewinnung) - Marketing-Mix (Produkt- und Markenpolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Optimierung des Marketing-Mix)

Strategisches Vertriebsmanagement (2 ECTS)

Vertriebsstrategie (Historische Entwicklung, Stellung und Relevanz im Unternehmen, Inhalte) - Multi-Channel-Management und Verkaufsformen (Ein- vs. Mehrkanalsysteme, Typen von Verkaufsformen, Konfliktpotentiale, Besonderheiten des Key-Account-Management, Entscheidungsgrundlagen) - Vertriebsorganisation (Aufbauorganisation, Vertriebsprozesse, Schnittstellenmanagement)

Vertriebssteuerung (3 ECTS)

Vertriebsplanung (Gebietsplanung, Gebietsaufteilung,- Festlegung von Kundenbetreuungsfrequenzen) - Betriebswirtschaftliches und rechtliches Spezialwissen (Vertriebskosten, Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Unternehmen und Produkten, Contract-Management) - Kundenbewertungsmodelle und Betreuungsansätze nach Kundentypen (ABC Analysen, Kundendeckungsbeitragsrechnung, Prozesskostenrechnung, Scoring-Modelle, Kundenportfolio) - Vertriebssteuerung (Zielvereinbarungen, Vergütungs- und Provisionssysteme, Vertriebscontrolling, Sales Meetings) - Vertriebsunterstützende EDV (Vertriebsinformationssystem, Customer Relationship Management, Computer Aided Selling, Electronic Sales im B-to-B-Bereich)

Verkausprozess (4 ECTS)

Kundenplanung (Inhalte, Vorlagen, Vorgehen) - Neukundengewinnung (Ermittlung von Interessenten, Segmentierung und Klassifizierung, Kontaktaufnahme) - Kunden- und Interessentenansprache (Telefon, Direct Mailing, Messe) - Kundenbetreuung (Kundentermine, Angebotsmanagement, Auftragsabwicklung, Zahlungseingang, After Sales Service) - Vertriebscontrolling (Wochenplanung, Besuchsbericht, Monatsreporting)

2. Semester

Internationaler Vertrieb (4 ECTS)

Länderauswahl und -differenzierung - Markterschließung im Ausland - Cross-Cultural Management - Internationales Wirtschafts- und Handelsrecht - Internationales Angebotsmanagement - Betreuung internationaler Kunden

Partnerschaftsvertrieb (2 ECTS)

Arten und Besonderheiten des Partnerschaftsvertriebs - Bestimmung potentieller Partnerschaftsbetriebe - Schritte der Geschäftsanbahnung - Grundlagen der Zusammenarbeit - Partnerschaftsvertriebsaufbau - Strategisches und taktisches Netzwerkmanagement

Vertrieb in den öffentlichen Sektor (2 ECTS)

Charakteristika des Öffentlichen Sektors - Spezifischrechtliche Rahmenbedingungen - Besonderheiten von öffentlichen Ausschreibungen - Buying-Center-Spezifika

Führung und Verkaufspsychologie (3 ECTS)

Soft Skills (Transaktionsanalyse, Eigenmotivation und Fremdmotivation, Zeitmanagement und Selbstorganisation, Konfliktmanagement, Vorbereitung und Moderation von Besprechungen) - Verkaufspsychologie (Verkaufsgesprächsführung, Preisverhandlungsführung, Präsentation beim Kunden, Präsentation im Unternehmen, Rollenspiele)

Projektmanagement (3 ECTS)

Rahmenbedingungen (Begriff und Zielsetzung, Vereinbarungen) - Leitung von Projektteams (Funktionen und Aufgaben, Interne Projektbeteiligte, Externe Projektbeteiligte) - Projektphase und Besonderheiten (Auflegung, Durchführung, Kontrolle) - Projektkrisen - EDV-gestütztes Projektmanagement - Bearbeitung von Fallstudien