

<b>Modulbezeichnung (eng.)</b>	<b>Vertriebsmanagement (Sales Management)</b>	
<b>Semester</b>	WPM	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Wahlpflichtmodul	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut MPO)</b>	keine	
<b>Empf. Voraussetzungen</b>	keine	
<b>Verwendbarkeit</b>	MaBM	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Präsentation und Klausur 1h	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Seminar	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Hummels	
<b>Qualifikationsziele</b>		
<p>Können: Die Studierenden erschließen sich ihr Wissen unter Abwägung relevanter Schwerpunkte und zu berücksichtigender aktueller Entwicklungen eigenständig, vertreten dabei ihre Arbeitsergebnisse und führen vertiefte bereichsspezifische und übergreifende Diskussionen. Dazu erwerben sie spezialisierte fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Problemlösung in Vertriebsorganisationen, auch in unvollständig beschriebenen und instabilen Situationen. Sie können die fachliche Entwicklung von Außendienstmitarbeitern in ihrem Verantwortungsbereich fördern. Wissen: Die Studierenden verfügen über umfassendes und detailliertes Wissen nach neuestem Erkenntnisstand im Bereich des Vertriebsmanagements.</p>		
<b>Lehrinhalte</b>		
<p>Das Modul befasst sich mit dem Management von Außendienstorganisationen im Vertrieb, insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen. Dazu gehören die Vertriebsplanung und Strategieentwicklung, die Organisation von Vertriebseinheiten (Außendienststart- und -größe, Aufbauorganisation, Verkaufsgebietseinteilung, Besuchs- und Tourenplanung), mitarbeiterbezogene Themen wie Gewinnung, Schulung, Führung, Vergütungsmodelle und die Möglichkeiten der Steuerung und Kontrolle des Vertriebs durch Kennzahlen und Softwareunterstützung. Um allen TeilnehmerInnen Knowhow über die Arbeit des Außendienstes allgemein zu vermitteln, erfolgt zu Semesterbeginn eine dreiwöchige Einführung in die Grundlagen des Außendienstvertriebs und das strategische und operative Vorgehen. Die Erarbeitung der Inhalte erfolgt durch die Aufbereitung und Präsentation der einzelnen Themengebiete durch die Studierenden selbst und wird vom Dozenten um weitere theoretische Aspekte und praktische Anwendungen ergänzt.</p>		
<b>Literatur</b>		
<p>Albers, S./ Krafft, M.: Vertriebsmanagement. SpringerGabler, aktuelle Auflage. Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Vahlen, aktuelle Auflage.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Hummels	Vertriebsmanagement	4