

Modulbezeichnung	Verhandlungstechnik	
Semester	6	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach Vertiefung Marketing und Vertrieb	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut BPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	BaE, BaEP, BaMT, BaI, BaLT	
Prüfungsform und -dauer	mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortlicher	L. Jänchen	
Qualifikationsziele		
Verhandlungstechnik wird definiert als Interessenerweiterung der Verhandlungspartner, Verhandlung wird nicht als Wettbewerb um Ressourcen begriffen, sondern als partnerschaftliche Erweiterung der Lösungsoptionen definiert. Die Studierenden lernen dabei umzudenken, so dass Verhandeln als Kooperation mit dem Verhandlungspartner erlebt wird. Darüberhinaus werden den Studierenden die Fertigkeiten der professionellen Gesprächsführung und deren Vorbereitung für den Verkauf vermittelt.		
Lehrinhalte		
Es wird ein effizienter Verhandlungsprozess nach Fischer & Ury vorgestellt. Dabei wird das Erkennen von Interessen und deren Abgrenzung zu Verhandlungspositionen als auch der Umgang mit unfairen Verhandlungsmethoden behandelt. Darüber hinaus lernen die Studierenden ihr Gesprächsverhalten an die verschiedenen Kundentypen anzupassen.		
Literatur		
Fischer, Roger; Ury, William; Patton, Bruce: Das Harvard-Konzept, In: Campus Verlag, Frankfurt/New York (2006), ISBN 978-3-593-38135-0 Heinz M. Goldmann: Wie man Kunden gewinnt: Cornelsen Verlag, Berlin (2002) ISBN 3-464-49204-4		
Lehrveranstaltungen		
Dozent	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
L. Jänchen, N.N.	Verhandlungstechnik	2
L. Jänchen, N.N., N.N.	Verkaufsrhetorik	2