

Master of Science (M.Sc.) Sales Management

Vom Aufbau einer Vertriebsstrategie zur Verhandlungsführung, vom Customer Relationship Management bis zur Erschließung digitaler Absatzkanäle: Das berufsbegleitende Master-Studium „Sales Management“ bereitet auf die vielfältigen Herausforderungen im Vertrieb vor und vermittelt die erforderlichen Kompetenzen für anspruchsvolle Fach- und Führungspositionen.

Für Fach- und Führungskräfte, die umfassende Fachkenntnisse im Vertriebsmanagement erlangen oder vertiefen möchten.

Das Studium qualifiziert Sie u. a. für folgende Aufgaben:

- Erarbeitung von Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Entwicklung von (internationalen) Vertriebs- und Kundenstrategien
- Analyse und Aufbau neuer Vertriebskanäle
- Entwicklung und Anwendung von Verhandlungs- und Argumentationsstrategien
- Abstimmung des Vertriebsprozesses auf den Einkaufsprozess der Kunden
- Budgetplanung, Angebotskalkulation und -erstellung sowie Kostenkontrolle
- Optimierung der Kundenzufriedenheit durch Kundenbindungsinstrumente

Zeitmodelle:

- Abend- und Samstags-Studium
- Abend-Studium

Master of Science (M.Sc.) Sales Management

Vertrieb optimieren, Absatz steigern

Wie verhält sich der Kunde? Heute und in Zukunft? Den Kunden verstehen und die Absatzaktivitäten unterschiedlicher Produktlinien im Rahmen von unternehmerischen Zielvorgaben zu planen, zu steuern und zu kontrollieren ist stets eine Herausforderung für den Vertrieb und fordert hoch qualifizierte Mitarbeiter.

In diesem Master-Studiengang lernen Sie die Wechselbeziehungen zwischen Märkten, Kunden und Produkten kennen und verstehen. Auf dieser Basis befassen Sie sich mit der Entwicklung von kundenspezifischen und wettbewerbsfähigen Vertriebsstrategien und -konzepten sowie mit der Gestaltung einer attraktiven Produkt-, Angebots- und Preispolitik. Sie erlangen das notwendige Fachwissen, um Vertriebsressourcen effizient und effektiv einzusetzen und unter betriebswirtschaftlicher Betrachtung vertriebsstrategische Entscheidungen treffen zu können.

Für eine zielgerichtete und überzeugende Verhandlung- und Gesprächsführung mit Kunden und Geschäftspartnern erlernen Sie verschiedene Verhandlungstechniken und Argumentationsstrategien zu erkennen, zu analysieren und einzusetzen. Wie Sie die Chancen und Risiken der fortschreitenden Digitalisierung erkennen und nutzen, wird innerhalb der Themenfelder eCustomer Relationship Management (eCRM) und E-Business behandelt. In Gruppenübungen sowie Empirie- und Praxisprojekten aus der angewandten Forschung trainieren Sie, Ihre erlangten theoretischen Kenntnisse unter anderem in zielgerichtete Strategien zur Neukundenakquise und Absatzsteigerung, innovative E-Business-Konzepte sowie Optimierungs-Konzepte für Vertriebsprozesse zu überführen.

Nach Abschluss Ihres Studiums steht Ihnen eine Tätigkeit in national und international ausgerichtete Unternehmen jeglicher Größenordnung und auch in Non-Profit-Organisationen und Verbände offen, wo Sie beispielsweise als Sales Manager, Vertriebsleiter oder Key Account Manager tätig werden können.

Sie beenden Ihr Studium mit dem
akademischen Grad
Master of Science (M.Sc.)



"Wie lässt sich der Erfolg im Sales Management steigern? Das ist zentrale Fragestellung der Forschungsaktivitäten des KCMS Kompetenzzentrums für Marketing- und Salesmanagement. In diesem Zusammenhang beschäftigt sich das KCMS aktuell sowohl mit neuesten Entwicklungen im Sales Enablement, z. B. im Rahmen einer gemeinsamen Konferenz mit dem Global Sales Science Institute, als auch mit der Entwicklung der Kunden-Lieferanten-Beziehung im Rahmen einer Vertriebsmonitorstudie. Studierende können diese Erkenntnisse z. B. für ihre Master-Thesis nutzen."

Prof. Dr. Jörg Westphal
Wissenschaftlicher Leiter des Kompetenzzentrums für Marketing- und Salesmanagement (KCMS) und Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insb. marktorientierte Unternehmensführung



Auszug aus dem Studienverlaufsplan

1. Semester

Kompaktkurs¹

Verhandlungsführung im Vertrieb

- Verhandlungen nach der Harvard-Methode
- Verhandlungstaktiken mit Vertriebschwerpunkt
- Körpersprache in Verhandlungen

Angebotspolitik

- Produkt- und Preispolitik als Elemente des klassischen Marketing-Mix
- Analysemethoden der Produktpolitik
- Markenführung
- Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen der Preispolitik
- Preisstrategien

Wissenschaftliche Methodik

- Qualitative und quantitative Forschungsmethoden
- Quantitative Datenanalyse (Anwendungen mit R, statistische Testverfahren, multivariate Verfahren)

Entscheidungsorientiertes Management

- Klassische Entscheidungslehre
- Managemententscheidungen aus psychologischer Sicht
- Entscheidungen im Strategiekontext

2. Semester

Strategisches

Vertriebsmanagement

- Strategische Entscheidungsfelder im Vertrieb
- Aufbau einer Vertriebs-/Kundenstrategie
- Strategic Account Management

Vertriebsplanung & -controlling

- Modernes Vertriebsverständnis
- Analyse von Marktpotenzialen
- Unterscheidung Konsumgütergeschäft und Investitionsgütergeschäft
- Analysen der Kunden-, Produkt- und Vertriebskanalstruktur
- Integration der Umsatzanalyse und -planung in die Vertriebssteuerung
- Balanced Scorecard für den Vertrieb

Führung & Nachhaltigkeit [INT]

- Führungstheorien, -stile, -techniken und -instrumente
- Normative & Strategische Unternehmensführung als Ausgangspunkt für Diversitäts- und Nachhaltigkeitsaspekte
- Verankerung von Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette
- Ethische Aspekte bzgl. Führung und Nachhaltigkeit

Transfer Assessment²: Transfer-Bericht 1

3. Semester

(e)CRM

- Grundlagen des CRM
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement
- Kundenwert
- Analytisches CRM
- Implementierung

Projekt: Empirische Forschung

Electronic Business

- Aufbau und Konzeption von Systemen im E-Business
- Prozesse im E-Business
- Management im E-Business

Transfer Assessment²: Transfer-Bericht 2

4. Semester

Operatives

Vertriebsmanagement

- Führung der Vertriebsorganisation
- Evaluierung der Sales Performance
- Sales Funnel Management
- Instrumente der Buying Center Analyse

Projekt: Angewandtes

Vertriebsmanagement

Wissenschaftliche Methoden in der Marketing- & Vertriebsforschung

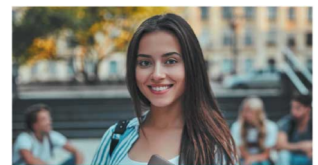
- Auswahl der Methoden in der Marketing- und Vertriebsforschung
- Erstellung eines Exposés zur Vorbereitung auf die Master-Thesis

Transfer Assessment²: Transfer-Bericht 3

5. Semester

Master-Thesis und Kolloquium

Hochschulabschluss:
Master of Science
(M.Sc.)
Im Studiengang
Sales Management



GO International!

Einzelne Studienleistungen können Sie alternativ im Ausland mit einem FOM Auslandsprogramm erbringen. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office unter 0800 660 88 00.

Änderungen vorbehalten.

- 1) Zu Studienbeginn bietet Ihnen die FOM einen kostenlosen Kompaktkurs an, in dem Sie nochmal relevante fachliche Grundlagen auffrischen und somit gut vorbereitet ins Studium starten können.
- 2) Die Studierenden werden kontinuierlich dabei unterstützt, die Studieninhalte in ihre eigene berufliche Praxis zu übertragen. Durch verschiedene Methoden analysieren die Studierenden die Anwendbarkeit des Gelernten sowie ihre persönliche Kompetenzentwicklung.

Auf einen Blick

Zeitmodelle

Die FOM bietet je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) unterschiedliche Vorlesungszeiten an. Studienortsspezifische Informationen zu Semesterbeginn und Vorlesungszeiten erhalten Sie unter www.fom.de oder bei der Zentralen Studienberatung, unter 0800 1 95 95 95

Abend- und Samstags-Studium

In der Regel 2-3x monatlich an einem Abend in der Woche von 18:00 - 21:15 Uhr sowie in derselben Woche Freitag von 18:00 - 21:15 Uhr und Samstag von 8:30 - 17:00 Uhr

Abend-Studium

2-3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00 - 21:15 Uhr

Zulassungsvoraussetzungen

Hochschulabschluss¹

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 60 Credit Points²

oder

- gleich welcher Fachrichtung und anderthalbjährige Berufserfahrung vor, während oder nach dem Erststudium mit fachlichem Bezug zum Master-Studium (hierbei ist der Brückenkurs BWL erfolgreich zu absolvieren)

und **aktuelle Berufstätigkeit³**

1) Studienabschluss als Magister oder Bachelor bzw. mit Diplom oder Staatsexamen. Abschlüsse von akkreditierten Bachelor-Ausbildungsgängen an Berufsakademien sind hochschulischen Bachelor-Abschlüssen gleichgestellt.

2) Die FOM vergibt Credit Points nach dem Standard des European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS). Sie messen den Arbeitsaufwand für das Studium.

3) In Ausnahmefällen kann davon abgewichen werden.

Studienorte

Aachen | Berlin | Dortmund | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a. M. | Gütersloh | Hamburg | Hannover | Köln | München | Münster | Stuttgart

Studiengebühren

Immatrikulationsgebühr: 1.580,00 Euro einmalige Immatrikulationsgebühr. Teilnehmer, die bereits ein Studium oder eine anerkannte Fortbildung an einem der zur BCW-Gruppe gehörenden Institute absolviert haben oder absolvieren, zahlen eine hälftige Immatrikulationsgebühr.

Studiengebühr: 10.500,00 Euro zahlbar in 30 Monatsraten à 350 Euro oder 10 vierteljährlichen Raten à 1050 Euro.

Prüfungsgebühr: 350,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit)*

Gesamtkosten: 12.430,00 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

*Bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr.

Leistungsumfang

120 ECTS-Punkte

Dauer

4 Semester + Thesis

Semesterferien

August und Mitte bis Ende Februar

Akkreditierung


Die FOM Hochschule ist durch den Wissenschaftsrat für ihre besonderen Leistungen in Lehre und Forschung akkreditiert und wurde 2012 als erste private Hochschule bundesweit durch die FIBAA systemakkreditiert. Dieses Gütesiegel belegt, dass das Qualitätsmanagement der FOM Hochschule den hohen Standards des Akkreditierungsrates, dem wichtigsten Gremium für Qualität in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen, entspricht. 2018 wurde die FOM für weitere acht Jahre systemakkreditiert. Alle von der FOM angebotenen Studiengänge sind somit akkreditiert. Ein Master-Abschluss der FOM Hochschule befähigt zu einer anschließenden Promotion.


Anmeldung

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie unter:

fom.de/anmeldung

Wir beraten Sie gerne

 0800 1 95 95 95

 0800 1 95 95 95

 www.fom.de

 studienberatung@fom.de

 /fom

 /FOMHochschule

 /company/fomhochschule

 /user/FOMChannel

 /fomhochschule

 /school/fom-hochschule-für-oekonomie-&-management