

Master of Science (M.Sc.)
**Sales
Management**

Für Fach- und Führungskräfte, die umfassende Fachkenntnisse im Vertriebs- und Marketingmanagement erlangen möchten.

Das Studium qualifiziert Sie für folgende Aufgaben:

- ▶ Erarbeitung von Kundenpotenzial-, Markt- und Wettbewerbsanalysen
- ▶ Entwicklung von Vertriebsplänen
- ▶ Budgetplanung und Kostenkontrolle
- ▶ Entwicklung und Anwendung von Argumentationsstrategien
- ▶ Analyse und Aufbau neuer Vertriebskanäle
- ▶ Angebotskalkulation und -erstellung
- ▶ Auf- und Ausbau sowie Pflege von (Schlüssel-)Kunden
- ▶ Optimierung der Kundenzufriedenheit durch Kundenbindungsinstrumente

Master of Science (M.Sc.) Sales Management

»In diesen Master-Studiengang fließen nicht nur die jahrelangen Erfahrungen unserer Sales-Spezialisten aus Wissenschaft und Praxis ein, sondern auch die Forschungserkenntnisse des Kompetenzzentrums für Marketing und Medienwirtschaft (KCM) an der FOM. Als Master-Studierender haben Sie in regelmäßigen Abständen die Gelegenheit, sich mit den Experten des KCM zum aktuellen Forschungsstand auszutauschen und dabei Impulse für Ihre Master-Thesis mitzunehmen.«

Prof. Dr. Dr. habil. Clemens Jäger ist Dekan für Betriebswirtschaftslehre an der FOM Hochschule sowie Leiter des FOM Master-Studiengangs Sales Management.



In diesem Master-Studiengang erarbeiten Sie sich wissenschaftlich fundierte Kenntnisse über die Wechselbeziehungen zwischen Märkten, Kunden und Produkten und lernen darauf aufbauend, ein integriertes Marketing- und Vertriebsmanagement in Unternehmen zu implementieren.

Beobachten und analysieren Sie den Markt und seine Kunden und entscheiden Sie daraufhin, welche Marketing- und Vertriebsmaßnahmen Sie entwickeln und realisieren.

In diesem Sinne beschäftigen Sie sich u. a. mit Produkt- und Preispolitik, untersuchen die unterschiedlichen Parameter,

die auf das Entscheidungsverhalten von Konsumenten einwirken, beschäftigen sich mit verschiedenen Verhandlungsmethoden und analysieren die Einflussfaktoren der Kundenzufriedenheit.

Des Weiteren setzen Sie sich intensiv u. a. mit nationalen und internationalen Vertriebstrends auseinander und lernen, Kennzahlen und Statistiken für das Vertriebscontrolling zu erheben und auszuwerten.

In Empirie- und Praxisprojekten sowie in Gruppenübungen trainieren Sie, Ihre erlangten theoretischen Kenntnisse u. a. in zielgerichtete Strategien zur Neukundenakquise und Absatzsteigerung, innovative E-Business-Konzepte sowie Konzeptionen zur Optimierung von Vertriebsprozessen zu überführen.

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

Auf einen Blick

Zulassungsvoraussetzung:

- ▶ **Hochschulabschluss¹⁾**, (Diplom, Magister, Bachelor, Staatsexamen) mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 60 Credit Points²⁾
- ▶ **oder Hochschulabschluss¹⁾**, 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⁾

Semesterbeginn: März und September (abhängig vom Studienort)

Semesterferien: Mitte bis Ende Februar und August

Dauer: 4 Semester + Thesis

Leistungsumfang: 120 Credit Points²⁾

Akkreditierung:

Die FOM ist von der FIBAA systemakkreditiert. Damit ist auch dieser Master-Studiengang akkreditiert.



Abend- und Samstags-Studium

Vorlesungszeiten: i. d. R. 2–3 Mal monatlich an einem Abend unter der Woche von 18:00–21:15 Uhr sowie in derselben Woche Freitag von 18:00–21:15 Uhr und Samstag von 08:30–17:00 Uhr

Abend-Studium

Vorlesungszeiten: wöchentlich an 2–3 Abenden von 18:00–21:15 Uhr

Studienorte: Aachen | Berlin | Bonn | Bremen | Dortmund | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a.M. | Hamburg | Hannover | Köln | Leipzig | Mannheim | München | Münster | Nürnberg | Stuttgart |

Studienortsspezifische Informationen zum Studienbeginn und den Vorlesungszeiten⁴⁾ finden Sie unter fom.de/master

Gebühren: 10.500 €, zahlbar in 30 Monatsraten à 350 €, zzgl. einmaliger Immatrikulationsgebühr von 1.580 € sowie einmaliger Prüfungsgebühr von 350 € am Ende des Studiums (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit⁵⁾); Gebühren insgesamt: 12.430 €

Die Studiengebühren sind ggf. steuerlich absetzbar. Sprechen Sie mit Ihrem Steuerberater oder dem Finanzamt.

1) Abschlüsse von akkreditierten Bachelor-Ausbildungsgängen an Berufsakademien sind Bachelorabschlüssen von Hochschulen 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. 4) Die Vorlesungszeiten können je nach Studienort variieren. Änderungen vorbehalten 5) Bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr.

Auszug aus dem Studienverlaufsplan¹⁾

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester
Kompaktkurs²⁾	Strategisches Vertriebsmanagement	(e)CRM	Operatives Vertriebsmanagement	Master-Thesis und Kolloquium
Verhandlungsführung im Vertrieb	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Strategische Entscheidungsfelder im Vertrieb ▶ Aufbau einer Vertriebs-/Kundenstrategie ▶ Strategic Account Management 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Grundlagen des CRM ▶ Kundenzufriedenheit ▶ Kundenbindung und Kundenbindungsmanagement ▶ Kundenwert ▶ Analytisches CRM ▶ Implementierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Führung der Vertriebsorganisation ▶ Evaluierung der Sales Performance ▶ Sales Funnel Management ▶ Instrumente der Buying Center Analyse 	
Angebotspolitik	Vertriebsplanung & -controlling	Projekt: Empirische Forschung	Projekt: Angewandtes Vertriebsmanagement	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Produkt- und Preispolitik als Elemente des klassischen Marketing-Mix ▶ Analysemethoden der Produktpolitik ▶ Markenführung ▶ Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen der Preispolitik ▶ Preisstrategien 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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 	Electronic-Business	Wissenschaftliche Methoden in der Marketing- & Vertriebsforschung	
Wissenschaftliche Methodik	Führung & Nachhaltigkeit	Transfer Assessment³⁾: Transfer-Bericht 2	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Auswahl der Methoden in der Marketing- und Vertriebsforschung ▶ Erstellung eines Exposés zur Vorbereitung auf die Master-Thesis 	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qualitative und quantitative Forschungsmethoden ▶ Quantitative Datenanalyse (Anwendungen mit der Statistiksoftware R, statistische Testverfahren, multivariate Verfahren) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Führung als Teil der normativen, strategischen und operativen Unternehmensführung ▶ Führung im Kontext von Diversity Management ▶ Führungsstile, -techniken und -instrumente ▶ Ethik und Nachhaltigkeit ▶ Ethik und Ökonomie: Implikationen für Führung und Führungskräfte 		Transfer Assessment³⁾: Transfer-Bericht 3	
Entscheidungsorientiertes Management	Transfer Assessment³⁾: Transfer-Bericht 1			Hochschulabschluss: Master of Science (M.Sc.)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Klassische Entscheidungslehre ▶ Managemententscheidungen aus psychologischer Sicht ▶ Entscheidungen im Strategiekontext 				Studiengang: Sales Management

Von Experten anerkannt

»Die Kunst des Sales Managements ist es, Trends zu erkennen und aus ihnen tragfähige Konzepte abzuleiten, um Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Die Digitalisierung hat die Wirtschaftspraxis bereits unwiderruflich verändert und ihr Einfluss wird weiterhin zunehmen. Führungskräfte, die neben den klassischen Vertriebsinstrumenten auch das Handwerk des E-Business beherrschen, können die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens entscheidend verbessern.«



Prof. Dr. Rolf Weber ist Professor für Marketing, Innovation und Electronic-Business, Studienleiter der VWA Trier sowie Geschäftsführender Direktor des Competence Center E-Business der Universität Trier.

1) Änderungen vorbehalten 2) Zu Studienbeginn bietet Ihnen die FOM einen kostenlosen Kompaktkurs an, in dem Sie relevante fachliche Grundlagen auffrischen und somit gut vorbereitet ins Studium starten können. 3) Im Verlauf Ihres Studiums reflektieren Sie regelmäßig Ihre persönliche Kompetenzentwicklung und überprüfen, inwieweit neu erworbenes Wissen für Ihre berufliche Praxis relevant ist. Im Rahmen des Moduls „Entscheidungsorientiertes Management“ wird hierzu zu Beginn des 1. Semesters eine Auftaktveranstaltung durchgeführt. Fortführend wird die Selbstreflexion über den Einsatz von Kompetenz-Fragebögen sowie über die Erarbeitung und Dokumentation von Transfer-Berichten sowie Feedback-Veranstaltungen im weiteren Studienverlauf unterstützt.

Hochschulbereich Wirtschaft & Management

Der Hochschulbereich Wirtschaft & Management an der FOM bietet Berufstätigen die Möglichkeit, sich breites Know-how in Betriebswirtschaft und Management oder fachbezogenes Expertenwissen, ergänzt um ökonomische Kenntnisse, anzueignen, um unternehmerische Prozesse ganzheitlich und strategisch zu gestalten oder als Experte den eigenen Funktionsbereich nachhaltig weiterzuentwickeln.



In vier bzw. fünf Semestern berufsbegleitend zum Master-Abschluss – ausführliche Informationen finden Sie unter: [fom.de/master](https://www.fom.de/master)



free phone: 0800 1959595



fom.de



studienberatung@fom.de



/fom



/FOMHochschule



/company/fomhochschule



/FOMChannel



Aachen | Augsburg | Berlin | Bochum | Bonn | Bremen | Dortmund | Duisburg | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a.M. | Gütersloh | Hagen | Hamburg | Hannover | Karlsruhe | Kassel | Köln | Leipzig | Mannheim | Marl | München | Münster | Neuss | Nürnberg | Siegen | Stuttgart | Wesel | Wuppertal

