

Auf einen Blick

Studiendauer	Der Abschluss kann i.d.R. in 4 Semestern erworben werden.
Format	Berufsbegleitendes Weiterbildungsstudium mit Präsenz- und Selbstlernphasen 38,5 Präsenztage an der Technischen Hochschule Ingolstadt
Voraussetzungen	Nachweis eines erfolgreich abgeschlossenen Hochschulstudiums sowie eine mindestens 1-jährige einschlägig qualifizierte berufspraktische Erfahrung aus dem Umfeld des Vertriebs bzw. Marketing oder Kundenmanagements
Start	Jeweils zum Winter- oder Sommersemester Bewerbungsfrist ist der 15.1. bzw. 15.7.
Dozenten	Herausragende Professoren sowie praxiserfahrene Experten
Auslandsaufenthalt	Projektmodul in den USA

Für weitere Informationen und Termine besuchen Sie uns unter:

www.iaw-in.de

Kontakt und Informationen

Technische Hochschule Ingolstadt (THI)

Die Technische Hochschule Ingolstadt vermittelt Bildung in den Bereichen Technik und Wirtschaft. Wir versetzen die Studierenden in die Lage wissenschaftliche Methoden in der Berufspraxis anzuwenden. Hervorragende Rahmenbedingungen schaffen die Voraussetzung für eine kurze Studiendauer und hohe Erfolgsquoten.

Institut für Akademische Weiterbildung (IAW)

Wir verstehen uns als Premium-Anbieter in der berufsbegleitenden Weiterbildung:

- Maßgeschneiderte Inhalte für Studierende und Unternehmen
- Hochqualifizierte Lehrende
- Handlungs- und Transferorientierung
- Deutlicher Kompetenzausbau und Entwicklung der Teilnehmenden

Gerne beantworten wir Ihre Fragen. Technische Hochschule Ingolstadt, Institut für Akademische Weiterbildung, Esplanade 10, 85049 Ingolstadt

Ihre Ansprechpartner/in:



Studiengangleiter

Prof. Dr. Günter Hofbauer
Telefon: 0841 9348-3590
Email: Guenter.Hofbauer@thi.de



Studiengangleiter

Prof. Dr. Richard Hofmaier
Telefon: 0172 8509128
Email: richard.hofmaier@itm-muc.de



Programm-Managerin

Julia Hofweber
Telefon: 0841 9348-1542
Email: Julia.Hofweber@thi.de



Technische Hochschule
Ingolstadt

Institut für
Akademische Weiterbildung

MBA

Berufsbegleitend

B2B-Management
mit Schwerpunkt
Industriegütermarketing,
Technischer Vertrieb &
Kundenmanagement



Gestalten Sie die Zukunft des B2B-Managements

Innovation und Internationalisierung sind Kernbereiche des Wachstums der deutschen Wirtschaft. Eine wesentliche Anforderung an Mitarbeiter in Führungspositionen im technischen und kaufmännischen Bereich liegt im Managementwissen. Kenntnisse über Märkte, Markt- und Kundenorientierung, Marketing- und Vertriebs- und Kundenstrategien spielen eine zunehmende Rolle. Die hohen Qualifikationsanforderungen fordern eine stete interdisziplinäre Weiterbildung. Die in der beruflichen Unternehmenspraxis stehenden Teilnehmer werden im Rahmen dieses MBA-Studiengangs auf den neuesten fachlichen und methodischen Stand des B2B-Marketing- und Sales- und Kundenmanagements (CRM/KAM) gebracht.

Zielsetzung

- Vermittlung von aktuellem Wissen, Kompetenzen und Anwendungen zum gesamten Industriegütermarketing
- Vertieftes Verständnis zum Technischen Vertrieb, Kundenmanagement (CRM & KAM) und im Beschaffungsmanagement
- Vorbereitung zur Übernahme von marktorientierten Fach- und Führungsaufgaben in der (inter-)nationalen Industriegüter-, OEM- und Zulieferindustrie sowie dem Dienstleistungssektor
- Vermittlung übergreifender sozial- und interkultureller Kompetenzen für eine ökonomisch-effiziente, nachhaltige und sozialkompetenzgeleitete Aufgabenerfüllung und Unternehmensführung

Ihre Chance als Arbeitnehmer

- ‚State-of-the-art‘-Wissen
- verbesserte Karrierechancen
- International anerkannter Abschluss

Ihre Chance als Unternehmen

- Qualifizierte B2B-Management Kompetenz aus den eigenen Reihen
- Motivation und Wertschätzung für Mitarbeiter
- Mitarbeiterbindung

Studieninhalte (Modulübersicht)

Modul	Wesentliche Inhalte
1	Operatives Management <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Managementfunktionen • Volkswirtschaft und Märkte • Unternehmensplanspiel
2	Strategisches Management <ul style="list-style-type: none"> • Normatives Management • Strategisches und internationales Management • Business Planning • CSR und Compliance
3	Marktanalyse, Produkt- und Preismanagement <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Ziele und Methoden der Marktanalyse • Schnittstellen des Vertriebs zum Produktmanagement • Gestaltungsmöglichkeiten im Preis- und Konditionenmanagement
4	Kundenmanagement, Customer Relationship (CRM) und Key Account Management <ul style="list-style-type: none"> • Kundenmanagement als wichtiger Erfolgsbestandteil • Ganzheitliches Customer Relationship Management (CRM) und Rahmenbedingungen • Modelle des Key Account Managements (KAM)
5	Leadership <ul style="list-style-type: none"> • Basic Leadership • Positive Leadership • Intercultural Leadership • Team Leadership
6	Technischer Vertrieb, Prozess- und Beschaffungsmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Ziele & Methoden d. Vertriebsmanagements • Prozessmanagement im Vertrieb • Beschaffung als Counterpart des Vertriebs
7	Veränderungs- / Prozessmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Change Management und Organisationsentwicklung • Prozessmanagement und IT • Projektmanagement
8	Strategisches Vertriebsmanagement, Marketing- und Kommunikationsmanagement, Vertriebscontrolling <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Dimension des Vertriebsmanagements • Kommunikative Elemente zur Geschäftsanbahnung • Erfolgssteuerung durch Vertriebscontrolling
9	Anwendungsbezogenes Unternehmensprojekt im Team
10	Masterarbeit und Kolloquium

Beruf und Studium - das geht!

Studienkonzept

Das berufsbegleitende Weiterbildungsstudium ist speziell auf die Bedürfnisse Berufstätiger ausgerichtet:

- Präsenzphasen in Freitags- und Samstagsveranstaltungen sowie Blockwochen
- Weitgehend orts- und zeitunabhängige Erarbeitung von Studieninhalten durch Selbstlernphasen
- Praxisorientierte Kompetenzvermittlung in Form von Gruppenarbeiten und Fallstudien
- Laufender Transfer der Inhalte aus den Seminarmodulen in das eigene berufliche Umfeld

Selbstlernkonzept- (Prinzipdarstellung)

