

Strategic Sales Management

Das Wichtigste zum Master-Studienprogramm



ESB Master-Programm Strategic Sales Management

Strategischer Vertrieb und Beratung in einem hoch dynamischen Wettbewerbsumfeld

Ein professioneller strategischer Vertrieb zählt heute zu den wichtigsten Wettbewerbsfaktoren erfolgreicher Unternehmen. Trotzdem wurde die Vertriebsfunktion in der betriebswirtschaftlichen Ausbildung und Forschung bislang stark vernachlässigt. Diese systematische Lücke wird durch den M.A. Strategic Sales Management geschlossen.

Dieses Master-Programm vermittelt Ihnen das Fachwissen, die Methoden und die Fähigkeiten zur Entwicklung exzellenter Vertriebspraktiken in einem hoch dynamischen B2B-Wettbewerbsumfeld.

Anbieter

Die ESB Business School der Hochschule Reutlingen, eine der Top Business Schools im deutschen Sprachraum, steht für die inhaltliche und methodische Qualität dieses Master-Programms.

Organisiert wird dieses Programm von der Knowledge Foundation, der Weiterbildungsstiftung der Hochschule Reutlingen.

Anbieter

ESB Business School – einzigartig in Deutschland

- 40 Jahre Erfahrung in der Vermittlung von anwendungsorientiertem Wissen in internationaler Betriebswirtschaftslehre und im Wirtschaftsingenieurwesen
- eine der internationalsten Business Schools Europas mit Studierenden aus 60 Nationen
- Ausgewogenheit von Theorie und Praxis
- Zukunftsorientierte interdisziplinäre Ausbildung
- Regelmäßig Spitzenplätze in zahlreichen Hochschulrankings
- Optimale Vorbereitung auf eine Karriere in international operierenden Unternehmen

Knowledge Foundation

Die Weiterbildungsstiftung der Hochschule Reutlingen

Schwerpunkte des Weiterbildungsangebots:

- Studienprogramme (Bachelor- und Masterprogramme) im Rahmen der Externenprüfung der Hochschule Reutlingen
- Akademische Seminare
- Zertifikatskurse



Programm Management

Verena Szembek

Knowledge Foundation
Alteburgstraße 150
72762 Reutlingen
Deutschland
verena.szembek@kf.ru.de
Telefon +49 (7121) 271 9601

Akademische Programmleitung

Prof. Dr. Christoph Binder

christoph.binder@reutlingen-university.de

Prof. Dr. Tobias Schütz

tobias.schuetz@reutlingen-university.de

www.kfru.de

Ziele und Hintergrund

- Viele klassische Produktunternehmen erzielen einen Großteil ihrer Umsätze mit margenstarken komplementären Dienstleistungen.
- Erfolgreicher Vertrieb integrierter Lösungen aus Beratung, Produkt und Service wird immer wichtiger.
- Strategische Anforderungen an den Vertrieb nehmen stark zu, ebenso wie die Bedeutung der Vertriebsfunktion selbst.
- Rolle des Vertriebsmitarbeiters wandelt sich vom Produktverkäufer zum Lösungsberater.
- Vertrieb und Consulting verschmelzen zunehmend.

Der Master Strategic Sales Management setzt diese Anforderungen in ein anspruchsvolles Bildungsprogramm um.



Zielgruppen

- Absolventen von Bachelorprogrammen, die sich über einen konsekutiven Master im chancenreichen Berufsfeld „Beratung und Vertrieb“ positionieren möchten.
- Professionals mit Berufserfahrung, die sich beruflich neu orientieren möchten und den Vertriebsbereich als attraktive Option für sich identifiziert haben.
- Vertriebsmanager, die sich auf das veränderte Wettbewerbsumfeld einstellen und sich in ihrer Karriere erfolgreich weiterentwickeln möchten.

Programminhalte

Das Programm dauert vier Semester (24 Monate).

Im Rahmen des Programms werden 90 ECTS erworben, 60 ECTS in den ersten drei Semestern, 30 ECTS durch die Masterthesis im 4. Semester.

Absolventen von Bachelorprogrammen mit 180 ECTS-Credits können im Rahmen eines Zusatzmoduls weitere 30 ECTS-Credits erwerben.

Module des Studienprogramms

- **Einführung in Vertrieb und Marketing** (Internationales Handelsrecht, Marketing- und Vertriebsgrundlagen, Präsentationstechniken)
- **International Sales Skills** (Neukundenakquise, Internationale Verhandlungsführung, Interkulturelles Management)
- **International Negotiations** (Verhandlungstheorie, Internationaler Strategischer Einkauf)
- **Complex Sales Methods**
- **Internationales Vertriebsmanagement**
- **Customer Insight** (Kundenorientierung und Servicequalität, Business Consulting Analytics)
- **Company Insight** (Problemstrukturierung und -kommunikation, Unternehmensanalyse)
- **Informations- und Prozessmanagement** (Wissensmanagement, International Operations Management)
- **Executive Client Interaction**
- **Master Thesis** (Wissenschaftliches Arbeiten, Erstellung Master Thesis)

Rahmenbedingungen

Methodik: Theorie und Praxis

- Lehre durch Professoren der ESB Business School, sowie renommierte Experten aus der Praxis
- 18 Monate Präsenz in Blockseminaren: Optimale Kombination von Lernen und Anwenden in der Praxis sowie individueller Zeiteinteilung
- Abschluss: Master of Arts mit 90 bzw. 120 ECTS

Zeitliche Abwicklung

- 3 Semester berufsbegleitend plus 1 Thesissemester; Teilnehmende können in einem Umfang von ca. 75 % in ihrem Unternehmen arbeiten
- Präsenzmodule umfassen jeweils 4 bis 5 Vorlesungstage (i.d.R. von Mittwoch bis Samstag); insgesamt 75 Tage in den ersten drei Semestern
- 6 Monate Masterthesis im letzten Semester (30 ECTS), vorzugsweise in Kooperation mit dem Arbeitgeber; Erwarteter Umfang: 25.000 - 30.000 Wörter

Formalia

- Bewerbungsschluss jährlich Mitte Juli
- Programmbeginn jährlich im Oktober
- Zugangsvoraussetzungen:
 - überdurchschnittlicher Bachelorabschluss mit 210 ECTS (bei 180 ECTS Zusatzmodul erforderlich)
 - Arbeitsvertrag mit mindestens 25% Freistellung oder Bescheinigung der Selbständigkeit
- Die Präsenzveranstaltungen finden in der Regel an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen statt
- Programmkosten können bei der Knowledge Foundation erfragt werden

