

# Sales Management (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH  
Master of Science



Allgemein

## Master Sales Management (M.Sc.)

Wie verhält sich der Kunde – heute und in Zukunft? Die Digitalisierung, die zunehmende Bedeutung der ökologischen Nachhaltigkeit sowie aktuelle wirtschaftliche Veränderungen beeinflussen das Verbraucherverhalten. Unternehmen müssen ihre Methoden anpassen und für eine digitalisierte und nachhaltige Gestaltung ihrer Vertriebsstrategie sorgen. Der Master-Studiengang „Sales Management“ bereitet Sie auf diese Herausforderungen vor.

Sie lernen Vertriebsmodelle und Ansätze des strategischen Sales-Managements in B2B-Märkten kennen und erlangen Einblicke in das Verkaufsprozessmanagement. Das Studium bereitet Sie außerdem umfassend auf Verkaufsverhandlungen vor und thematisiert innovative Trends und Entwicklungen, wie z.B. moderne Führungsansätze von Vertriebsorganisationen. Sie lernen, wie Sie die Chancen und Risiken der fortschreitenden Digitalisierung für den Vertrieb erkennen und nutzen.

**Sie beenden Ihr berufsbegleitendes Studium „Sales Management“ (M.Sc.) mit einem staatlich und international anerkannten Master-Abschluss der FOM Hochschule, der Sie zu einer Promotion berechtigt.**

### Daten und Fakten auf einen Blick

- **Studienmodell:** Campus+
- **Standorte:** Frankfurt a. M., München, Mannheim, Stuttgart, Dortmund, Essen, Berlin, Hannover, Hamburg, Bremen, Düsseldorf, Köln, Münster, Kassel, Siegen
- **Zeitmodelle:** Abend- und Samstags-Studium, Tages- und Abendstudium, Abend-Studium
- **Dauer:** 4 Semester + Thesis
- **Leistungsumfang:** 120 ECTS
- **Studiengebühr:** 12.300,00 Euro (zahlbar in 30 Monatsraten à 410 Euro)
- **Studienform:** berufsbegleitend

Die Hochschule.  
Für Berufstätige.



### Campus

Rotebühlstrasse 121  
70178 Stuttgart

### Kontakt

Sie erreichen die  
Studienberatung von  
Mo-Fr 8-19 Uhr und Sa 7:30-14  
Uhr gebührenfrei unter:

Tel. 0800 1 95 95 95  
[studienberatung@fom.de](mailto:studienberatung@fom.de)

## Überblick

### Semesterstart

- **Semesterbeginn:** März oder September\*
- **Semesterferien:** Mitte bis Ende Februar und August
- **Dauer:** 4 Semester + Thesis

\*Je nach Studienort und Studienbeginn (Winter- oder Sommersemester) stehen Ihnen unterschiedliche Zeitmodelle zur Auswahl.

### Was Sie für die Zulassung benötigen

### Hochschulabschluss<sup>1</sup>

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 40 Credit Points<sup>2</sup>

#### oder

- gleich welcher Fachrichtung und anderthalbjährige Berufserfahrung vor, während oder nach dem Erststudium mit fachlichem Bezug zum Master-Studium, sowie die ausdrückliche Empfehlung zur Teilnahme an dem Brückenkurs BWL

und **aktuelle Berufstätigkeit**<sup>3</sup>

### 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** 12.300,00 Euro zahlbar in 30 Monatsraten à 410 Euro
- **Prüfungsgebühr** 500,00 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit, bei Wiederholung der Abschlussarbeit erfolgt eine erneute Berechnung der Prüfungsgebühr)
- **Gesamtkosten** 14.380,00 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

[Zu den Finanzierungsmöglichkeiten >](#)

### Vertiefung

#### Auslandsprogramme für Master-Studierende

Die FOM bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, während Ihres Master-Studiums Auslandserfahrungen an Partneruniversitäten zu sammeln.

[Mehr Infos](#)

#### Master Your Career

Master-Studierende müssen - abhängig von der aktuellen Berufs- und Lebenssituation - oft viele Herausforderungen gleichzeitig meistern: neue Verantwortungen im Job, gleichzeitig muss das Studium organisiert und eine gute Work-Life-Balance geschaffen werden. Mit dem studienbegleitenden Programm der FOM werden Sie dabei unterstützt, Ihre Kompetenzen gezielt weiterzuentwickeln: von Career Skills über Leadership bis zu Selbstmanagement.

[Mehr Infos](#)

#### Berufsbegleitend promovieren

Sie möchten nach Ihrem Master-Abschluss promovieren? Die FOM Hochschule bietet in Kooperation mit internationalen Partnerhochschulen, der Universidad Católica San Antonio de Murcia in Spanien und der University of Sopron in Ungarn, zwei berufsbegleitende Promotionsprogramme an.

[Mehr Infos](#)

### Erste Einblicke ins Studium

Hochschulatmosphäre live erleben

Besuchen Sie eine Probevorlesung an der FOM.

Wie fühlt sich gemeinsames Lernen im FOM Hörsaal an? Wie laufen die Vorlesungen im Digitalen Live-Studium ab? Diese Fragen können Sie sich nach einer kostenfreien Probevorlesung an der FOM ganz einfach selbst beantworten.

Sind Sie neugierig geworden?

[Jetzt zur Probevorlesung anmelden >](#)

### Einfach und schnell online anmelden

Melden Sie sich einfach und mit wenigen Klicks online zu Ihrem FOM Studium an. Sie haben die Möglichkeit die einzureichenden Unterlagen direkt Ihrer Anmeldung beizufügen. Alternativ können Sie sich auch ohne die Unterlagen anmelden - Sie reichen die notwendigen Dokumente einfach später nach.

[Jetzt online anmelden >](#)

## Perspektiven

### Ihre Berufsperspektiven

Das Studium qualifiziert für folgende Aufgaben:

- Entwicklung und Implementierung internationaler Vertriebsstrategien sowie Aufbau neuer Vertriebskanäle
- Führung von Vertriebsorganisationen und Leitung aus einer unternehmerischen Perspektive nach betriebswirtschaftlichen Prinzipien
- Einsatz digitaler Instrumente zur Optimierung des Vertriebs und des Customer Relationship Managements
- Anwendung professioneller Verkaufs-, Präsentations- und Verhandlungstechniken sowie Lösung komplexer Vertriebsprobleme

## Studienmodule

### Ihr Studienverlauf

#### 1. Semester

##### Brückenkurs

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.

##### Strategic Sales Management in B2B Markets (5 ECTS)

Zusammenhang Buying Situation, Buying Process, Buy Cycle und Buying Center  
Entwicklung von Vertriebsstrategien  
Key Account Management

**Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.**

##### Vertriebsorganisation und -führung (6 ECTS)

Dimensionen organisatorischer Gestaltung  
Strukturformen einer Vertriebsorganisation  
Rekrutierung, Auswahl und Training von Vertriebsmitarbeitern

##### Digitalisierung im Vertrieb (6 ECTS)

Technologischer Wandel im Unternehmen  
Digitalisierung aus Vertriebs- und Kundensicht  
Digitale Vertriebsmodelle

##### Change & Innovation (6 ECTS)

Trendmanagement  
Innovationsmanagement  
Change Management  
Erfolgs- und Misserfolgskriterien

##### Transfer Assessment: Kick-off und Kompetenz-Check 1

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.

#### 2. Semester

##### Verkaufsprozessmanagement (6 ECTS)

Konzept Funnel Management  
Instrumente Lead Management  
komplexes Verkaufen (SPIN® Selling-Ansatz)

##### Nachhaltigkeit (6 ECTS)

Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen  
Akteure und Anreizmechanismen für nachhaltige Entwicklung  
Technologie- und Technologietransfer  
Social Business

**Qualitative Forschung (5 ECTS)**

Untersuchungsplanung  
Methodenanwendung  
Ergebnisauswertung

**3. Semester****Customer Management (5 ECTS)**

Kundenmanagement  
zentrale Konstrukte des CRM Ansatzes  
Kundenbeziehung: Kundenzufriedenheit und Kundenbindung

**Angebotspräsentationen & Verkaufsverhandlungen (6 ECTS)**

Erstellung Angebots-/ Business-Präsentationen  
Verhandlungstechniken und Argumentationsstrategien  
Umgang mit Widerständen

**Statistische Modellierung (5 ECTS)**

Grundbegriffe, Stichprobenarten, Zufall und Kausalität  
Explorative Datenanalyse  
Lineare Regression

**Forschungsforum**

Einblicke in praxisnahe Forschung aus den FOM-Forschungsinstituten  
Workshops zu spezifischen Themenfeldern, Methoden und Forschungsdesigns

**Transfer Assessment: Coaching und Transfer-Bericht 1**

**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.**

**4. Semester****Customer Management Anwendung (5 ECTS)**

Praxisanwendung, z.B. Kundenzufriedenheitsanalyse  
Kundenanalyse nach Kriterien  
Customer Journey Mapping: Customer Experience Management

**Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.**

**Modul mit Leuchtturm Vortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.**

**Praxisprojekt Sales (5 ECTS)**

Planung eines realen Vertriebsberatungsprojekts  
Entwicklung einer umsetzungsreifen Problemlösung

**Studienleistungen können alternativ im Ausland durch FOM Auslandsprogramme erbracht werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie das International Office.**

**Exposé zur Master-Thesis (5 ECTS)**

Themenfindung und Forschungsfrage  
Auswahl geeigneter Forschungsmethoden  
Forschungsphasen und Erstellung eines Zeitplans  
Literaturrecherche und wissenschaftliches Arbeiten

**Transfer Assessment: Transfer-Bericht 2 und Kompetenz-Check 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.**

**Thesis****Master-Thesis und Kolloquium (25 ECTS)****Transfer Assessment: Prüfung Theorie-Praxis-Reflexion (in Summe 24 ECTS)**

**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.**

Wirtschaftswissenschaften