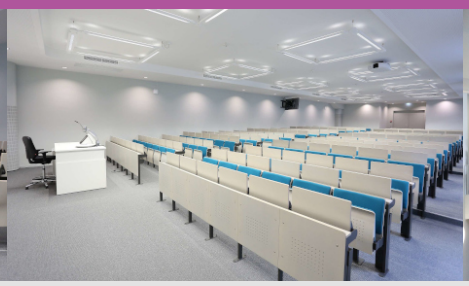
# Sales Management (berufsbegleitend)

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH
Master of Science



Programm

## Vertrieb optimieren, Absatz steigern

**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.**

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 erlenen 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 berufsbegleitendes Master-Studium in Sales Management mit dem akademischen Grad Master of Science (M.Sc.).**

### Daten & Fakten

Hochschulabschluss: Master of Science (M.Sc.)
Dauer: 4 Semester + Thesis
Studienform: Berufsbegleitend
Semesterbeginn: März und September (abhängig vom Studienort)
Zeitmodelle: Abend- und Samstags-Studium und Abend-Studium
Leistungsumfang: 120 ECTS-Punkte
Studiengebühren: 10.500 Euro, zahlbar in 30 Monatsraten à 350 Euro oder 10 vierteljährlichen Raten à 1050 Euro.
Akkreditierung: Die FOM ist von der FIBAA systemakkreditiert. Damit ist auch dieser Studiengang akkreditiert.

Die Hochschule.
Für Berufstätige.

### Sie haben Fragen?

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

0800 1 95 95 95 (aus Deutschland)

0800 29 12 03 (aus Österreich)

studienberatung@fom.de

Zur Webseite >

Zur Webseite >

## Perspektiven

### Zielgruppe und Berufsfelder

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

## Zulassung & Gebühren

### Zulassungsvoraussetzung

**Hochschulabschluss**[1]

- mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Anteil von mindestens 60 Credit Points[2]

**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 Berufstätigkeit**[3]

» Hier können Sie Informationen zu den Brückenkursen für das Master-Studium als PDF downloaden.

### Studiengebühren

**Immatrikulationsgebühr:** 1.580 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 Euro zahlbar in 30 Monatsraten à 350 Euro oder 10 vierteljährlichen Raten à 1050 Euro.
**Prüfungsgebühr:** 350 Euro Einmalzahlung (mit Anmeldung zur Abschlussarbeit)*
**Gesamtkosten:** 12.430 Euro beinhaltet Immatrikulationsgebühr, Studiengebühr und Prüfungsgebühr

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

**» Hier finden Sie weitere Informationen zu den Finanzierungsmöglichkeiten und zu Fragen der steuerlichen Absetzbarkeit.**

**» Warum erhebt die FOM Studiengebühren und weitere Fragen zu Kosten und Finanzierung.**

## Zeitmodelle

### Zeitmodelle & Vorlesungszeiten

Abend- und Samstags-Studium
Start im Wintersemester
Aachen | Berlin | Dortmund | Düsseldorf | Essen | Frankfurt a. M. | Gütersloh | Hamburg | Hannover | Köln | München | Münster | Stuttgart
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
Start im Sommersemester
Dortmund | Düsseldorf | Frankfurt a. M. | Köln | München | Münster | Siegen
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
Start im Sommersemester
Essen
2-3 Abende/Woche (Mo.-Fr.) 18:00 - 21:15 Uhr
Änderungen möglich: Die Vorlesungszeiten sind abhängig vom Studienbeginn (WS/SS) und werden die gesamte Studiendauer über beibehalten.

## Studienmodule

### 1. Semester

**Kompaktkurs[1]**

**Verhandlungsführung im Vertrieb**

- Verhandlungen nach der Harvard-Methode
- Verhandlungstaktiken mit Vertriebsschwerpunkt
- 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**

- 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 Assessment[2]: 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**

**Go International!**

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


© xStudy SE 1997 - 2024