

Modulübersicht

des Hochschulzertifikats Vertriebsmanagement

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Sie je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeiten, lernen Sie, wie Sie Ihr theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen können. In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die Ihnen wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Ihren Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Vertrieb (5 Credit Points)

- Begriffsklärungen
- Vertriebskanäle
- Vertriebsorganisation
- Verkaufsformen
- Anforderungen an den Vertriebsmitarbeiter
- Ausblick in das Vertriebsmanagement

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Vertriebsmanagement (15 Credit Points)

- Begriffsklärung Vertriebsmanagement (Abgrenzung zum Vertrieb, Sales cycle vs. Buying cycle)
- Rechtliche Aspekte (Compliance, Vertragsabschlüsse, z. B. AGBs, Haustürgeschäfte, Garantien)
- Vertriebsprozess (Akquise-Formen, Vertriebsablauf)
- Vertriebsstrategien (Vertriebssysteme, z. B. Franchising, Gebietsaufteilung, Kundenanalyse)
- Vertriebscontrolling (Erfolgsfaktoren, Vertriebssteuerung, Kennzahlen)
- Customer Relationship Management – CRM (Definition, Prozess, Bausteine)
- Key Account Management – KAM (Definition, Gründe, Merkmale, Ablauf für die Implementierung, Bereiche und Anwendung des KAM)

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!