

<b>Vertriebsmanagement</b>						
<b>Kennnummer</b>	<b>Workload</b> 180 Std.	<b>Credits/LP</b> 6	<b>Studiensemester</b> 6	<b>Häufigkeit des Angebots</b> Jedes Semester	<b>Dauer</b> 1 Semester	
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b>		<b>Sprache</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Geplante Gruppengröße</b>
	a) Analytisches CRM		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 37,5 Std.	a) 50
	b) Angebots- und Auftragsbearbeitung		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 37,5 Std.	b) 50
	c) Verhandlungsmanagement		c) Deutsch	c) 22,5 Std.	c) 37,5 Std.	c) 50
<b>2</b>	<p><b>Lernergebnisse/Kompetenzen</b></p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden ...</p> <p><b>Wissen (1)</b>                      ... die rechtlichen Grundlagen der Vertragsgestaltung benennen.                      ... die Abläufe der Angebotsbearbeitung und -bewertung sowie der Auftragsbearbeitung beschreiben.                      ... die wesentlichen Bereiche und Konzepte des analytischen CRM beschreiben.                      ... Verhandlungen vorbereiten und Verhandlungssituationen einschätzen.</p> <p><b>Verständnis (2)</b>                      ... die Grundlagen des Verhandlungsmanagements anhand von Beispielen erklären.                      ... die zentralen Herausforderungen des Multi-Channel-Management illustrieren und sind in der Lage, Einsatzmöglichkeiten von Social Media identifizieren.</p> <p><b>Anwendung (3)</b>                      ... die unterschiedlichen Verfahren der Kundenbewertung bewerten und implementieren.                      ... ihre Kenntnisse in Verhandlungssituationen einsetzen, Steuerung und Kontrolle in Verhandlungen erlangen sowie behalten und so erfolgreich durchführen.                      ... Kosten ermitteln, Preise bilden und Angebote kalkulieren sowie Angebotsinhalte erstellen.</p> <p><b>Analyse (4)</b>                      ... Kundendaten mithilfe von Methoden des Data Mining analysieren, die Ergebnisse interpretieren und Handlungsempfehlungen ableiten.                      ... Verhandlungssituationen analysieren und richtig einschätzen.</p> <p><b>Synthese (5)</b>                      ... die Auftragsabwicklung organisieren und die notwendigen Schritte in Absprache mit Kunden und internen Abteilungen strukturieren.</p> <p><b>Evaluation / Bewertung (6)</b>                      ... im Rahmen der Auftragskontrolle Termine, Qualität und Kosten bestimmen und die Fortschrittskontrolle unterstützen.</p>					

<b>3</b>	<b>Inhalte</b>  a) Analytisches CRM <ul style="list-style-type: none"><li>- CRM-Strategien</li><li>- Kosten- und Nutzenanalyse</li><li>- Kundendaten</li><li>- Determinanten der Kundenbindung</li><li>- Data Warehouse und OLAP</li><li>- Gegenstand des Data Mining</li><li>- Data-Mining-Werkzeuge</li></ul> b) Angebotsbearbeitung <ul style="list-style-type: none"><li>- Projektierung</li><li>- Angebotskalkulation</li><li>- Preisgestaltung</li><li>- Angebotsinhalte</li><li>- Angebotsgestaltung und -dokumentation</li><li>- Angebotsverfolgung</li></ul> Auftragsbearbeitung <ul style="list-style-type: none"><li>- Vertragsgestaltung / rechtliche Grundlagen</li><li>- Projektleitung</li><li>- Interne Ablaufplanung</li><li>- Auftragsabwicklung</li><li>- Auftragskontrolle</li></ul> c) Verhandlungsmanagement <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlegende Begrifflichkeiten</li><li>- unterschiedliche Verhandlungstypen</li><li>- Theoretische Grundlagen des Verhandlungsmanagements</li><li>- Grundlagen zur Gesprächsführung in Verhandlungen</li><li>- Persönlichkeitsprofile und deren Wert</li><li>- Instrumente zur Planung, Steuerung und Kontrolle sowie Durchführung von Verhandlungen</li><li>- Verhandlungen im Grenzbereich</li><li>- Umsetzung und Anwendung in Rollenspielen</li></ul>
<b>4</b>	<b>Lehrformen</b>  a) Vorlesung b) Vorlesung c) Vorlesung / Übung

5	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b></p> <p>Vorlesung Grundlagen des CRM</p>
6	<p><b>Prüfungsformen</b></p> <p>a) Prüfungsleistung 1K (Klausur) (2 LP)</p> <p>b) Studienleistung 1sbA (Praktische Arbeit) (2 LP)</p> <p>c) Studienleistung 1sbPN (Präsentation) (2 LP)</p>
7	<p><b>Verwendung des Moduls</b></p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen - Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p><b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b></p> <p>Prof. Jörg Johannsen (Modulverantwortliche/r)</p> <p>Peer Vespermann (Dozent/in)</p>
9	<p><b>Literatur</b></p> <p>a) Hippner, H.: Management von CRM-Projekten, Wiesbaden 2004. Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements - CRM, München 2012.</p> <p>b) Grimscheid, G.: Angebots- und Ausführungsmanagement - Leitfaden für Bauunternehmen: Erfolgsorientierte Unternehmensführung, Heidelberg 2010. VDI (Hrsg): Angebotsbearbeitung — Schnittstelle zwischen Kunden und Lieferanten: Kundenorientierte Angebotsbearbeitung für Investitionsgüter und industrielle Dienstleistungen, Berlin 1999.</p> <p>c) Voeth, M.; Herbst, U.: Verhandlungsmanagement, 2. Auflage, Stuttgart 2015. Schranner, M.: Verhandeln im Grenzbereich, 12. Auflage, Düsseldorf 2015. Cialdini, R.: Yes, Mannheim 2010. Buhl, W.: Coaching Briefe für Verkauf und Führung, 2006 - 2018 Weisbach, C.; Sonne-Neubacher, P.: Professionelle Gesprächsführung, 9. Auflage, München 2015. Dauth, G.: Professionell verhandeln mit DISG..., New Jersey 2018.</p>