

Grundlagen Vertrieb						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	180 Std.	6	3	Each semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	a) Einführung Vertrieb		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 67,5 Std.	a) 50
	b) Grundlagen Customer Relationship Management		b) Deutsch	b) 22,5 Std.	b) 67,5 Std.	b) 50
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Nachdem das Modul erfolgreich absolviert wurde können die Studierenden</p> <p>Wissen (1) ... vertriebliche Grundlagen wiedergeben. ... Grundlagen des Customer Relationship Management benennen sowie den Begriff von verwandten Bezeichnungen abgrenzen.</p> <p>Verständnis (2) ... vertriebliche Grundfragen und -probleme und deren Lösungsansätze verstehen. ... den Beitrag des Customer Relationship Management zum Unternehmenserfolg beurteilen.</p> <p>Anwendung (3) ... vertriebsrelevante Fragestellungen im Rahmen der Unternehmenszielsetzung bearbeiten.</p> <p>Analyse (4) ... bei ausgewählten vertrieblichen Fragestellungen fundierte Entscheidung ggf. mittels Berechnungen herbeiführen. ... den "Wert" eines Kunden errechnen.</p> <p>Synthese (5) ... ein Vertriebskonzept erstellen. ... unterschiedliche Dimensionen einer Customer Relationship Management Strategie gestalten und integrieren.</p> <p>Evaluation / Bewertung (6) ... vertriebliche Fragestellungen in ihren Grundzügen erfassen, bewerten und beantworten. ... die Bedeutung von Kundendaten für das CRM einschätzen.</p>					
3	<p>Inhalte</p> <p>a) - Grundlagen Vertrieb - Vertriebsstrategie - Vertriebsinformationsmanagement</p> <p>b) - Grundlagen des CRM - Nutzen von CRM-Lösungen</p>					

	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick der CRM Systeme <ul style="list-style-type: none"> - Strategisches - Analytisches - Operatives - Kommunikatives - Einführung von CRM in der Unternehmenspraxis
4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Lecture b) Lecture
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Modulprüfung Grundlagen Vertrieb 1K (Written Exam) (6 LP)</p>
7	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Wirtschaftsingenieurwesen - Marketing und Vertrieb B.Sc. (MVB)</p>
8	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Christa Pfeffer (Module Responsible)</p> <p>Prof. Dr. Christa Pfeffer (Lecturer)</p>
9	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> a) <ul style="list-style-type: none"> Becker, Jochen: Marketing Konzeption, 10. Auflage, Verlag Vahlen, München 2013. Homburg, C.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence - Vertriebsmanagement mit System, 8. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 2018. Johannsen Jörg: Skript Vertrieb, 2019, Skript Nr. 360/1 und 360/2 Weis, H. C.: Verkaufsmanagement, 7. Auflage, Verlag Kiehl, Herne 2010. Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, 8. Auflage, Verlag Oldenbourg, München 2013. Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 5. Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2012. b) <ul style="list-style-type: none"> Helmke, S.; Uebel, M.; Dangelmaier, W.: Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation, Wiesbaden 2017. Müller, C. R. ; Customer Relationship Management (CRM) in der Praxis: Begriffe, Grundlagen, Verfahren - Von Analyse bis Zufriedenheit, Hamburg 2015.