

Aufbau des MBA Sales Management

Der MBA Sales Management zählt elf Module, wobei jedes Modul aus zwei bis vier Lehrveranstaltungen besteht. Jede Lehrveranstaltung umfasst dabei einen Arbeitsaufwand von zwei bis vier ECTS-Punkten. Die einzige Ausnahme bildet das letzte Modul, M11: Masterthesis. Hier ist die Masterthesis zu verfassen sowie ein Masterkolloquium zu absolvieren.

Die einzelnen Module bzw. Lehrveranstaltungen sind sequenziell abzuarbeiten und bauen auch inhaltlich aufeinander auf.

Als Leistungsnachweis sind Online Prüfungen und Projektarbeiten vorgesehen. Die Lehrveranstaltungsprüfungen der einzelnen Lehrveranstaltungen finden online statt, Ort und Zeit der Prüfung bestimmen Sie selbst. Sie benötigen lediglich einen PC, eine Webcam, ein Mikrofon sowie eine (stabile) Internetverbindung.

Werden alle Lehrveranstaltungsprüfungen des jeweiligen Moduls positiv abgeschlossen, so wird den Lehrgangsteilnehmer_innen automatisch die letzte Lehrveranstaltung und damit die Angabe für die Projektarbeit freigeschaltet. Die Projektarbeit ist im Selbststudium zu verfassen und anschließend über die Online-Lernplattform einzureichen. Die Aufgabenstellung der Projektarbeiten sind Großteils praxisorientiert formuliert und zielen darauf ab, das in den vorherigen Lehrveranstaltungen erworbene Wissen anhand eines realitätsnahen Anwendungsfalls anzuwenden, wobei die gute wissenschaftliche Praxis nicht außer Acht gelassen werden darf.

Auf der Lernplattform stehen innovative Lehr- und Lernmaterialien für Sie bereit. Diese umfassen unter anderem interaktive Skripten, Audio-Books, Lernvideos, Podcasts und Fallstudien. Zudem finden mehrmals pro Monat freiwillige Live Lectures mit Vortragenden aus der Praxis statt. Ebenfalls stehen den Lehrgangsteilnehmer_innen sowohl ein technischer als auch ein inhaltlicher Support zur Seite.

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Curriculum

Modultitel	LV-Titel	Prüfungsformat*	ECTS
M1: Sales Management	M1-LV1: Vertriebsmanagement und KPI	Online-Prüfung	2
	M1-LV2: Verkaufsstrategien	Online-Prüfung	3
	M1-LV3: Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche	Online-Prüfung	2
	M1-LV4: Projektarbeit Sales Management	Projektarbeit	3
M2: Wissenschaftliche Kompetenzen	M2-LV1: Wissenschaftliches Arbeiten	Online-Prüfung	4
	M2-LV2: Wissenschaftliche Methoden	Online-Prüfung	2
M3: Management von Kund_innenbeziehungen	M3-LV1: Kund_innenanalyse und CRM	Online-Prüfung	2
	M3-LV2: Kund_innenbindungsprogramme	Online-Prüfung	3
	M3-LV3: Interkulturelle Kund_innenbeziehungen	Online-Prüfung	2
	M3-LV4: Projektarbeit Management von Kund_innenbeziehungen	Projektarbeit	3
M4: Digital Sales	M4-LV1: Digital Marketing und Sales	Online-Prüfung	2
	M4-LV2: Marketing Data Science	Online-Prüfung	3
	M4-LV3: E-Commerce und Mobile Commerce	Online-Prüfung	2
	M4-LV4: Projektarbeit Digital Sales	Projektarbeit	3
M5: Artificial Intelligence im Sales	M5-LV1: Big Data und Artificial Intelligence	Online-Prüfung	4
	M5-LV2: Trustworthy AI	Online-Prüfung	3
	M5-LV3: Projektarbeit Artificial Intelligence im Sales	Projektarbeit	3
M6: Leading Sales und Organisation	M6-LV1: Leadership, Kommunikation und Social Skills	Online-Prüfung	3
	M6-LV2: Organisationen und Organisationsentwicklung	Online-Prüfung	2
	M6-LV3: Entwicklung von Führungskräften	Online-Prüfung	2
	M6-LV4: Projektarbeit Leading Sales und Organisation	Projektarbeit	3
M7: Change Management im Sales	M7-LV1: Veränderungsmanagement	Online-Prüfung	3
	M7-LV2: Strategie und Change Management	Online-Prüfung	3
	M7-LV3: Projektarbeit Change Management im Sales	Projektarbeit	2
M8: International Sales und Marketing	M8-LV1: International Sales	Online-Prüfung	2
	M8-LV2: International Marketing	Online-Prüfung	3
	M8-LV3: Sustainability Marketing im internationalen Kontext	Online-Prüfung	2
	M8-LV4: Projektarbeit International Sales und Marketing	Projektarbeit	3

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modultitel	LV-Titel	Prüfungsformat*	ECTS
M9: Rechtliche Bestimmungen im Sales	M9-LV1: Informationsethik	Online-Prüfung	2
	M9-LV2: Internetrecht	Online-Prüfung	2
	M9-LV3: Vertriebsrecht und DSGVO	Online-Prüfung	3
	M9-LV4: Projektarbeit Rechtliche Bestimmungen im Sales	Projektarbeit	3
M10: Psychological Sales	M10-LV1: Neuro- und Emotional Selling im Vertrieb	Online-Prüfung	2
	M10-LV2: Markt- und Konsument_innenpsychologie	Online-Prüfung	3
	M10-LV3: Werbepsychologie	Online-Prüfung	2
	M10-LV4: Projektarbeit Psychological Sales	Projektarbeit	3
M11: Masterthesis	M11-LV1: Exposé	Erstellung Exposé	2
	Masterarbeit	Schriftliche Abschlussarbeit	20
	Masterkolloquium	Mündliche Abschlussprüfung	3
Gesamt			120

*Bei Online-Prüfungen kann es sich u.a. um Multiple-Choice-Prüfungen, Projektarbeiten, Hausübungen, Klausuren oder Case Studies handeln.

Ein ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand von 25 Arbeitsstunden. Der studentische Gesamtaufwand beträgt damit 3.000 Stunden.

Abschluss des Fernstudiums: Im Rahmen des letzten Moduls (M11) verfassen Sie Ihre Masterthesis, welche Sie in einer dreiteiligen mündlichen Abschlussprüfung (Masterkolloquium) verteidigen werden:

1. Verteidigung der Masterthesis
2. Fragen zu der Masterthesis
3. Fragen zu den Lehrinhalten des absolvierten Online-Hochschullehrgangs

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 1

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Sales Management
Modul-Nummer & Kurzname	M1; SM
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Keine
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... aus den Unternehmenszielen eine Vertriebsstrategie abzuleiten,... einzelne Strategiealternativen zu entwickeln,... Komponenten für die Verkaufsstrategie zu formulieren,... Kommunikationstechniken im Verkauf zu bewerten,... Unterschiedliche Ansätze der Verhandlungsführung anzuwenden,... das Verkaufsgespräch als einen Spezialfall der Verhandlung zu verstehen und ein erfolgreiches Verkaufsgespräch zu führen.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 2

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Wissenschaftliche Kompetenzen
Modul-Nummer & Kurzname	M2; WK
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	6
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M1
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Forschungsziel und Forschungsmethode zu unterscheiden,... die Anforderungen an einen wissenschaftlichen Schreibstil zu erkennen,... Hypothesen zu formulieren,... ein quantitatives oder qualitatives Forschungsdesign für die eigene Masterthesis auszuarbeiten,... Ansätze für quantitative und qualitative Forschungsmethoden zu entwickeln,... die Validität von Daten zu einzustufen.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 3

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Management von Kund_innenbeziehungen
Modul-Nummer & Kurzname	M3; MK
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M2
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Ziele und Aufgaben des Customer Experience Managements zu verstehen,... Zielgruppen zu kreieren,... Modelle zur Bindung von Kund_innen zu entwickeln,... Maßnahmen zur Gewinnung von Neukund_innen zu beschreiben,... internationales und interkulturelles Marketing zu unterscheiden,... Zeit und Raum im interkulturellen Zusammenhang zu verstehen.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 4

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Digital Sales
Modul-Nummer & Kurzname	M4; DS
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M3
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Online-Kanäle für das digitale Marketing auszuwählen,... die Kriterien für eine verkaufsstarke Website zu entwickeln,... verschiedene Arten von Online-Marketing-Daten zu bewerten,... eine Online-Customer-Journey-Analyse durchzuführen... die Konzeption eines Online-Shops zu entwickeln,... Trends im E-Commerce in den Marketingzielen einzuarbeiten.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 5

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Artificial Intelligence im Sales
Modul-Nummer & Kurzname	M5; AI
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M4
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Technologische Trends Big Data und KI zu beschreiben,... Machine-Learning-Systeme zu bewerten,... Chancen und Risiken von KI zu formulieren,... Auswirkungen von Policy Setting auf die Entwicklung von KI zu bewerten,... aktuelle Entwicklungen vertrauenswürdiger KI-Lösungen zu erklären,... europäische Neuregulierungen vertrauenswürdiger KI einzuordnen,... ethische Aspekte des KI-Einsatzes zu beurteilen,... Instrumente zur Erhöhung der Vertrauenswürdigkeit von KI anzuwenden.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 6

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Leading Sales und Organisation
Modul-Nummer & Kurzname	M6; LS
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M5
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Arten von Führungsstilen zu beschreiben,... Fragetechniken in Verkaufsgesprächen anzuwenden,... verbale und nonverbale Kommunikation zu unterscheiden,... agile Organisationsformen zu bewerten,... zentrale und dezentrale Organisationen zu erkennen,... Leadership im Zusammenhang mit einer agilstabilen Organisation zu verbinden,... Potentialträger bei den Mitarbeitern zu identifizieren,... ein Programm zu Entwicklung von Führungskräften zu erarbeiten.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 7

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Change Management im Sales
Modul-Nummer & Kurzname	M7; CM
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	9
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M6
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Einflussfaktoren auf das Change Management zu bewerten,... Modelle für das Change Management zu integrieren,... Anforderungen an den Führungsstil von Managern die Change Management Projekte umsetzen zu beschreiben,... Strategische Analyse-Instrumente einzusetzen,... Vorgehensplanung im Change-Prozess anzuwenden,... Auswirkungen der Maßnahmen im Change-Prozess argumentativ zu kommunizieren.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 8

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	International Sales und Marketing
Modul-Nummer & Kurzname	M8; IM
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M7
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Vertriebsziele und -pläne für jeden Auslandsmarkt zu entwickeln,... unterschiedliche Channels für die verschiedenen Vertriebsaktivitäten im Ausland erfolgreich auszuwählen,... Herausforderungen im Rahmen von internationalen Marketingstrategien des B2B- bzw. B2C-Bereichs zu beurteilen,... die Anforderungen, Aufgaben und Zielsetzungen des internationalen Marketingcontrollings umzusetzen,... die Corporate Social Responsibility Strategie einer Organisation zu bewerten,... den ökologischen Fußabdruck eines Unternehmens zu beschreiben.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 9

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Rechtliche Bestimmungen im Sales
Modul-Nummer & Kurzname	M9; RB
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M8
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... die Anwendung der Roboterethik zu bewerten,... Maschinen in der Ethik einzuordnen,... das Medienrecht und Urheberrecht zu unterscheiden,... die Haftungsfragen bei Onlineshops zu beschreiben,... die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in Unternehmen auszuführen,... die relevanten Elemente des Datenschutzes aus Sicht der Kunden und Unternehmen zu bewerten.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

MODULBESCHREIBUNGEN

MBA Sales Management

Modul 10

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Psychological Sales
Modul-Nummer & Kurzname	M10; PS
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	10
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	M9
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage, <ul style="list-style-type: none">... die Begriffe des Neuromarketings zu benennen,... Maßnahmen im Emotion Selling umzusetzen,... Konsumverhalten durch Emotional Selling zu steuern,... Konsumverhalten als Prozess zu implementieren,... Involvement und Aufmerksamkeit bei der Werbung zu bewerten,... die werbliche Verhaltenssteuerung zu erkennen.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	Festlegung durch die wissenschaftliche Leitung im Lehrbetrieb

Modul 11

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Master-Thesis
Modul-Nummer & Kurzname	M11; MT
Modul-Typ	Asynchrones Online-Modul
ECTS-Anrechnungspunkte	25
Voraussetzungen laut Lehrplan (falls zutreffend)	Positive Bewertung aller vorangegangenen Lehrveranstaltungen bzw. Module
Modulsprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Lehrgangsteilnehmer_innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">... Forschungsfragen zu formulieren,... eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit auf Masterniveau zu verfassen,... die Ergebnisse in schriftlicher Form empirisch und theoretisch begründet darzustellen... die Masterthesis zu präsentieren und zu verteidigen,... Fragen zu relevanten Inhalten des Lehrgangs im Zusammenhang mit der Masterthesis,... sowie zu den anderen Lehrinhalten zu beantworten und zu reflektieren.
Prüfungsmethode und Beurteilungskriterien	<p>Leistungsbeurteilung: Schriftliche Ausarbeitung zwischen 18.000 und 27.000 Wörtern</p> <p>Beurteilungskriterien: Verständlichkeit der Lösungs- und Ergebnisdarstellung, Umfang der Problemidentifikation und Problemcharakterisierung, Einhaltung der Kriterien des wissenschaftlichen Schreibens, Vollständigkeit der Quellenverweise und des Literaturverzeichnisses</p>