



VERTRIEBSMANAGER/IN (FH)

WISSENSCHAFTLICHES KNOW-HOW MIT ANWENDUNGSBEZUG
FÜR DIE GESTALTUNG EFFIZIENTER VERTRIEBSSTRUKTUREN

EINE KOOPERATION VON

Vertriebsmanager/in (FH)



Prof. Dr. Hubert Dechant, wissenschaftlicher Leiter des Zentrums für Weiterbildung der FH Schmalkalden:

„Sicher kennen Sie die Phrasen: „Die Verkaufszahlen stimmen nicht“, „der Vertriebler besucht den Kunden nur zum Kaffeetrinken“ usw. Solche Bemerkungen sind bei weitem nicht immer zutreffend und ungerechtfertigt. Fakt ist jedoch, dass sich der Vertrieb verändert hat. Es ist schwerer geworden, die richtigen Kunden richtig anzusprechen, die wirklichen Entscheider zu identifizieren und zu überzeugen.“

Die Produkte sind austauschbarer geworden und der Wettbewerbsdruck hat zugenommen. Dadurch entfallen viele Verkaufsargumente, die früher wirkten und dazu geführt haben, dass sich Produkte „wie von selbst“ verkaufen.“

Heutzutage bedarf es zunehmend einer exakten Vorbereitung, Planung und zielgerichteten Vorgehensweise. Notwendige Vertriebsaktivitäten zu erkennen und so zu gestalten, dass sie die vertriebliche Effektivität und Effizienz eines Unternehmens steigern, ist die primäre Zielsetzung des Vertriebsmanagement. Vor diesem Hintergrund hat das Zentrum für Weiterbildung der Fachhochschule Schmalkalden ein weiterbildendes Studium entwickelt, welches Personen, die im Markt ihren „Mann“ stehen müssen und ohne gesonderte Vertriebsausbildung bzw. „BWL-fremd“ sind, die Möglichkeit gibt, sich die modernen Fähigkeiten des Vertriebsmanagements anzueignen. Aber auch Praktikern, die Bedarf an theoretischem Hintergrundwissen bzw. der Auffrischung kompakter Idealpraktiken haben oder Ihre Methoden überprüfen und ein Feedback über die Vorgehensweise und Wirkung ihrer Aktivitäten erhalten möchten, werden diese Möglichkeiten in dem weiterbildenden Studium gegeben.

In dem berufsbegleitend absolvierbaren, zweisemestrigen Studium bearbeiten die Studierenden im Selbststudium Lehrmaterialien, welche in mehr-tägigen Präsenzphasen auf dem Hochschulcampus mit Dozenten aus Wissenschaft und Praxis diskutiert und vertieft werden.



AUF EINEN BLICK

Zielgruppe:

Vertriebler im Direktvertrieb, All-round-Vertriebler aus mittelständischen Unternehmen, Distributoren, Handelsvertreter oder Value-added-Resellers

Studiendauer:

2 Semester

Studienbeginn:

März (Sommersemester) und September (Wintersemester)

Teilnahmevoraussetzung:

Hochschulstudium oder vergleichbares Studium an einer Berufsakademie (BA) sowie eine mindestens einjährige Berufspraxis

oder

allgemeine oder fachgebunden Hochschul- oder Fachhochschulreife oder vergleichbarer Abschluss sowie eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Beruf und eine mindestens zweijährige, für die Weiterbildung förderliche Berufspraxis

oder

Realschulabschluss und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten, für die Weiterbildung förderlichen Beruf sowie eine mindestens vierjährige, für die Weiterbildung förderliche Berufspraxis

Studienform:

Berufsbegleitendes Studium, mit Selbststudien- und Präsenzphasen

Abschluss:

Vertriebsmanager/in (FH)
Hochschulzertifikat, öffentlich-rechtlicher Abschluss an einer staatlichen Hochschule

Studiengebühr:

2.400 EUR pro Semester

Anmeldung:

Bitte fordern Sie kostenlos die Immatrikulationsunterlagen an:

Telefon: 03683 / 688-1762
Telefax: 03683 / 688-1927
E-Mail: zfw@fh-schmalkalden.de

Sie können sich die Unterlagen auch von unserer Internetseite herunterladen: www.fh-schmalkalden.de/weiterbildung

Weitere Fragen?

Auf unserer Internetseite unter www.fh-schmalkalden.de/Vertriebsmanager finden Sie detailliertere Informationen zu diesem weiterbildendem Studium.

Berufsperspektive: Führungsposition in den Bereichen

Marketing und Vertrieb

STUDIENPLAN Vertriebsmanager/in (FH)

1. Semester

Vertrieb und Unternehmen

Strategisches Marketing (Marketing und Management, Planung von Strategien, Umsetzung von Strategien) - Informationsgrundlagen im Marketing (Bedeutung von Informationen, Nutzung von Informationen, Informationsgewinnung) - Marketing-Mix (Produkt- und Markenpolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Optimierung des Marketing-Mix)

Strategisches Vertriebsmanagement

Vertriebsstrategie (Historische Entwicklung, Stellung und Relevanz im Unternehmen, Inhalte) - Multi-Channel-Management und Verkaufsformen (Ein- vs. Mehrkanalsysteme, Typen von Verkaufsformen, Konfliktpotentiale, Besonderheiten des Key-Account-Management, Entscheidungsgrundlagen) - Vertriebsorganisation (Aufbauorganisationen, Vertriebsprozesse, Schnittstellenmanagement)

Vertriebssteuerung

Vertriebsplanung (Gebietsplanung, Gebietsaufteilung, Festlegung von Kundenbetreuungsfrequenzen) - Betriebswirtschaftliches und rechtliches Spezialwissen (Vertriebskosten, Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Unternehmen und Produkten, Contract-Management) - Kundenbewertungsmodelle und Betreuungsansätze nach Kundentypen (ABC-Analysen, Kundendeckungsbeitragsrechnung, Prozesskostenrechnung, Scoring Modelle, Kundenportfolio) - Vertriebssteuerung (Zielvereinbarungen, Vergütungs- und Provisionssysteme, Vertriebscontrolling, Sales Meetings), Vertriebsunterstützende EDV (Vertriebsinformationssystem, Customer Relationship Management, Computer Aided Selling, Electronic Sales im B-to-B-Bereich)

Verkaufsprozess

Kundenplanung (Inhalte, Vorlagen, Vorgehen) - Neukundengewinnung (Ermittlung von Interessenten, Segmentierung und Klassifizierung, Kontaktaufnahme) - Kunden- und Interessentenansprache (Telefon, Direct Mailing, Messe) - Kundenbetreuung (Kundentermine, Angebotsmanagement, Auftragsabwicklung, Zahlungseingang, After Sales Service) - Vertriebscontrolling (Wochenplanung, Besuchsbericht, Monatsreporting)

2. Semester

Internationaler Vertrieb

Länderelektion und -differenzierung - Markterschließung im Ausland - Cross-Cultural Management - Internationales Wirtschafts- und Handelsrecht - Internationales Angebotsmanagement - Betreuung internationaler Kunden

Partnerschaftsvertrieb

Arten und Besonderheiten des Partnerschaftsvertriebs - Bestimmung potentieller Partnerschaftsbetriebe - Schritte der Geschäftsanbahnung - Grundlagen der Zusammenarbeit - Partnerschaftsvertriebsaufbau - Strategisches und taktisches Netzwerkmanagement

Vertrieb in den Öffentlichen Sektor

Charakteristika des Öffentlichen Sektors - Spezifische rechtliche Rahmenbedingungen - Besonderheiten von öffentlichen Ausschreibungen - Buying-Center-Spezifika

Führung und Verkaufspsychologie

Soft Skills (Transaktionsanalyse, Eigenmotivation und Fremdmotivation, Zeitmanagement und Selbstorganisation, Konfliktmanagement, Vorbereitung und Moderation von Besprechungen) - Verkaufspsychologie (Verkaufsgesprächsführung, Preisverhandlungsführung, Präsentation beim Kunden, Präsentation im Unternehmen, Rollenspiele)

Projektmanagement

Rahmenbedingungen (Begriff und Zielsetzung, Vereinbarungen) - Leitung von Projektteams (Funktionen und Aufgaben, Interne Projektbeteiligte, Externe Projektbeteiligte) - Projektphase und Besonderheiten (Auflegung, Durchführung, Kontrolle) - Projektkrisen - EDV-gestütztes Projektmanagement - Bearbeitung von Fallstudien



Einfach per Fax an: +49 (0)3683 688-1927

- Bitte senden Sie mir die Immatrikulationsunterlagen der FH Schmalkalden für das berufsbegleitende Weiterbildungsstudium **Vertriebsmanager/in (FH)** zu.

Ich interessiere mich auch für die folgenden berufsbegleitenden weiterbildenden Studienangebote der Fachhochschule Schmalkalden:

- Sportmanagement (MBA)
 Tourismus und Hospitality (MBA)
 Apothekenbetriebswirt/in (FH)
 Außenhandelskaufmann/frau (FH)
 Betriebswirt/in (FH) für Marketing
 Betriebswirt/in (FH) Public Controlling
 Betriebswirt/in (FH) Controlling und Steuern
 Business Process Manager/in (FH)
 eGovernment-Projektmanager/in (FH)
 Finanzfachwirt/in (FH)
 Fitnessökonom/in (FH)
 Gesundheitsökonom/in (FH)
 Hospitality Manager/in (FH)
 Kostenmanager/in (FH)
 Managementassistent/in (FH)
 Pharmazieökonom/in (FH)
 Produktionsmanager/in (FH) für Kunststofftechnik
 Produktmanager/in (FH)
 Qualitätsmanager/in (FH) für Fertigungs- und Organisationsprozesse
 Sportökonom/in (FH)
 Tourismusbetriebswirt/in (FH)
 Veranstaltungsbetriebswirt/in (FH)

Firma: _____

Vorname, Name: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____



Zentrum für Weiterbildung
Asbacher Straße 17c
98574 Schmalkalden

Telefon: +49 (0)3683 688-1762
Fax: +49 (0)3683 688-1927
E-Mail: zfw@fh-schmalkalden.de
Internet: www.fh-schmalkalden.de/weiterbildung