

MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



5. SONDERNUMMER

Studienjahr 2014/15

Ausgegeben am 12. 11. 2014

7.d Stück

Lehrplan des Universitätskurses Modern Management – Vertriebsmanagement Anpassung

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz,
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Rechts- und Organisationsabteilung, Universitätsplatz 3, 8010 Graz.
E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at
Internet: https://online.uni-graz.at/kfu_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1

Modern Management – Vertriebsmanagement

Vertriebsmanagement				
	Lehrveranstaltungstitel	Typ	ECTS	Kstd.
A1	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	VO		30
A2	Projektmanagement	UE		12
A3	Marketing	VO		15
A4	Kommunikation im Business	UE		18
A5	Vertriebsmanagement I	KS		15
A6	Vertriebsmanagement II	KS		12
A7	Verkaufstechniken	UE		12
A8	Vertriebsmanagement III	KS		12
A9	Team und Teamleitung	UE		9
A10	Wettbewerbsrecht & e-Commerce	VO		9
A11	Internationales Vertriebsmanagement	KS		12
A12	Vertriebscontrolling und Berichtswesen	KS		12
A13	Business English	UE		27
	Summe		8	195

A1 Betriebswirtschaftliche Grundlagen

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten einen Einblick in die Grundzüge der Buchhaltung, Ein- und Ausgabenrechnung, der Doppelten Buchführung und einen Überblick über die Finanzrechnung sowie grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich der Kostenrechnung.

Inhalte:

- Aufgaben und Begrifflichkeiten der Buchhaltung
- Grundzüge der Bilanzierung inkl. Bewertungsvorschriften (Bilanz, Gewinn/Verlust)
- Grundzüge der Doppelten Buchführung (Begriffsdefinition, Ziele und Aufgabenbereiche, Pflichten, Konten und Buchungstechnik)
- Informationsvorschriften Jahresabschluss und Grundzüge der Bilanzanalyse
- Finanzierungsarten
- Ziele und Aufgaben der Kostenrechnung
- Definition von Kostenarten, Kostenträger, Kostenstellen
- Kostenrechnung inkl. Betriebsüberleitungsbogen
- Kalkulation - Vor-, Zwischen- und Nachkalkulation
- Stückkalkulation, Kalkulation einer Dienstleistung, eines Halbfabrikates, Kostenträgerstückrechnung
- Break-Even-Analyse und Deckungsbeitragsrechnung
- Ermittlung von Brutto- und Nettoverkaufspreis
- Kundenrabatte

A2 Projektmanagement

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissen über die Methoden/Techniken des Projektmanagements Bescheid.

Inhalte:

- Begriff und Aufgaben des Projektmanagements
- Methoden und Techniken des Projektmanagements (von der Projektdefinition bis zu Projektfällen)
- Projektauftrag – Inhalte und Herausforderungen
- Projektabwicklung – Planung und Steuerung der Aufgabenabwicklung
- Projektevaluierung – Projektabschlussbericht und Ergebnisse bzw. Projektcontrolling

A3 Marketing

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten einen Überblick über grundlegende Marketingkenntnisse im Vertriebsmanagement.

Inhalte:

- Marketinggrundlagen
- 9 Ps des Marketings – Inhalte und Umfang von Marketingkonzepten
- Marketingstrategien – Inhalte und strategische Varianten
- Marketingkonzepte – verschiedene Gestaltungsvarianten und Umsetzungsstrategien
- Marktforschung – Methoden und Vorgehensweisen
- Internetmarketing – aktuelle Herausforderungen der neuen Medien

A4 Kommunikation im Business

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen, sich in der Geschäftswelt kompetent und professionell zu bewegen. Sie beherrschen die Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation und der Gesprächsführung (z.B. in Verhandlungen, gegenüber Kundinnen und Kunden, mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern). Dadurch kann durchaus ein Wettbewerbsvorteil gewährleistet sein. Durch Techniken wie aktives Zuhören, Feedback-Regeln, Paraphrasieren oder gewaltfreie Kommunikation können das Gegenüber besser wahrgenommen werden, Informationen besser „gesendet“ und so im Geschäftsleben Missverständnissen aufgrund mangelnder oder fehlerhafter Kommunikation vermieden werden.

Des Weiteren lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in praktischen Übungen sich und Inhalte mit adäquaten Techniken zu präsentieren und mit einem überzeugenden Auftritt zu punkten und zu begeistern.

Inhalte:

- Grundlagen der Kommunikation (Watzlawick und Schulz von Thun)
- Aktives Zuhören (Hören, Hinhören, Zuhören, Aktives Zuhören)
- Selbst- und Fremdwahrnehmung des Kommunikationsverhaltens (Johari-Fenster...)
- Feedback-Regeln
- Grundverständnis von Rhetorik (Sprache, Körpersprache...)
- Merkmale einer gelungenen Präsentation
- Kunst des richtigen Fragens
- MitarbeiterInnengespräch (Schwerpunkt Kritikgespräch)
- Sachbezogenes Verhandeln

A5 Vertriebsmanagement I

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten grundlegendes Wissen über die Aufgaben und Strukturen des Vertriebs.

Inhalte:

- Aufgaben des Vertriebsmanagements und dessen Integration in die Organisation
- Strukturen, Prozesse
- Vertriebskonzeption und Vertriebsplanung
- Vertriebsformen, -kanäle und Strategien

A6 Vertriebsmanagement II

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissen über den Schlüsselfaktor Kundenorientierung in Unternehmen und Organisationen Bescheid.

Inhalte:

- Neukundengewinnung
- Kundenservice
- Kundenbeziehungsmanagement und Kundenbindungsmanagement

A7 Verkaufstechniken

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können Kundengespräche zielgerecht führen.

Inhalte:

- Kundengespräche – Ablauf und Erfolgsfaktoren
- Erkennen von Kundenwünschen
- Vor- und Nachbereitung von Kundengesprächen
- Verkaufsargumentation und Einwandbehandlung

A8 Vertriebsmanagement III

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen die zentralen Instrumente und state-of-the-art Methoden des Key-Account Managements/Multichannel Managements kennen.

Inhalte:

- Key-Account Management (Notwendigkeit eines KM-Managements, Status quo und Trends, Aufbau, Unternehmenserwartungen, Funktionen und Prozesse, Tools für eine erfolgreiche Key Account Bearbeitung, Kundenbewertungsmodelle...)
- Multichannel Management (Strategien, Zweck, Vorteil, Erfolgsfaktoren, Unterschied zu Cross-Channel...)

A9 Team und Teamleitung

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlernen, wie ein Team funktioniert. Sie wissen um den Unterschied zwischen Team und Gruppe und kennen die Phasen einer Teamentwicklung. Des Weiteren wissen sie um die verschiedenen Modelle der „Rollen“ in einem Team und erfahren mittels Übungen die eigene Rolle in einem Team. Sie erfahren und erkennen die notwendigen Kompetenzen einer (Team-)Leitung und können darüber hinaus verschiedene Führungsstile unterscheiden.

Inhalte:

- Team und Teamrollen (unterschiedliche Modelle...)

- Unterschied Team/Gruppe
- Teamentwicklung (z.B. Teamuhr nach Tuckman,...)
- Führungsmodelle, Führungsstile und Führungstechniken (Management by..., Teammitglieder typgerecht führen, die Kunst der Kritik...)
- Umgang mit Teammitgliedern, Kolleginnen und Kollegen, Vorgesetzten

A10 Wettbewerbsrecht und e-commerce

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewinnen Einblick in das Wettbewerbsrecht und erwerben grundlegendes Wissen über e-Commerce.

Inhalte:

- Wettbewerbsrecht
- Umgangsformen und unlauterer Wettbewerb
- Verbraucherrechte Richtlinie
- Copyright und Konsequenzen bei Rechtsverstößen
- Webauftritte und Datennutzung
- spezielle gesetzliche Regelungen (Fernabsatz-, eCommerce- und Datenschutz-Gesetz...)

A11 Internationaler Vertrieb

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten einen Überblick über die wichtigsten Kriterien eines internationalen Vertriebs.

Inhalte:

- Markteintrittsformen und Strategien
- Methoden der Länderselektion
- Kulturunterschiede ausgewählter Länder
- Internationale rechtliche Vorschriften (z.B. WTO)

A12 Vertriebscontrolling und Berichtswesen

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten Einblick in die Methoden des Vertriebs-/Kostencontrollings. Sie lernen mit den operativen und strategischen Instrumenten zum Vertriebscontrolling ganzheitlich umzugehen.

Inhalte:

- Grundlagen des Vertriebscontrollings
- Markt- und Konkurrenzanalysen
- Durchführung von Kundenanalysen auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung
- Methoden und Aussagewert des Vertriebscontrolling

A13 Business English

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können sich in geschäftsrelevante Themen einbringen und entwickeln ihre persönlichen Sprachfertigkeiten im beruflichen Umfeld weiter.

Inhalte:

- Business small talk (Gesprächsführung in verschiedenen Situationen)
- Grammatik und Sprache in anspruchsvoller Konversation korrekt einsetzen
- Fachspezifisches Vokabular für Vertriebstätigkeiten

Der Studiendirektor:
Polaschek