

Master of Strategic Sales Management (M.A.)

Strategisches Sales und Consulting Management in einem hoch dynamischen Wettbewerbsumfeld

Basismodule

Sales Fundamentals (13 ECTS)

Einführung in Vertrieb und Marketing 4 ECTS
(Kundenorientierung, Zufriedenheit, client value,...)

International Sales Operations 1 4 ECTS
(Sales Berichtswesen, Angebotserstellung, etc.)

Verhandlungstheorie 3 ECTS

Neukundenakquise 2 ECTS

Consulting Fundamentals (7 ECTS)

Gesprächs- und Verhandlungsführung 3 ECTS

Problemstrukturierung und Storylining 2 ECTS

Präsentations- und Moderationstechniken 2 ECTS

20 ECTS

Vertiefungsmodule

Advanced Sales (20 ECTS)

Internationales Vertriebsmanagement 5 ECTS
(Sales Modelle, Anreizsysteme, Leadership, Gebietsmanagement, etc.)

International Sales Operations 2 5 ECTS
(Kontaktprofilierung, Unternehmenskontexte, Target Account Selling, etc.)

International Services Marketing 4 ECTS
(Customer Insight Generation, Service Process Design, Services Sales)

Wissensmanagement 3 ECTS

Internationaler Strategischer Einkauf 3 ECTS

Advanced Consulting (20 ECTS)

Interkulturelles Management 3 ECTS

Unternehmensanalyse 4 ECTS

Business Consulting 4 ECTS

International Operation Strategies 4 ECTS

International Strategic Management 5 ECTS
(Strategiekonzepte, Business Modelle, industry knowledge generation,...)

40 ECTS

Master Thesis
(inkl. Modul „wissenschaftliches Arbeiten“)

30 ECTS