



MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK3026	Verkaufsmanagement	Wahlfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Im Rahmen des Kurses erhalten den Teilnehmern Informationen über die grundlegenden Konzepte von Vertriebs- und Vertriebsmanagement, aktuelle Trends in diesem Bereich, die Beziehung zwischen Vertrieb und Marketing und die Bedeutung des Vertriebsmanagements.						
Lernziele der Vorlesung	Das Hauptziel des Kurses besteht darin, die Konzepte im Zusammenhang mit dem Vertriebsmanagement zu untersuchen und die Elemente des Vertriebsmanagements zu erklären. Ein weiteres Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern klar zu machen, mit welchen potenziellen Problemen der Vertriebsmanager, im Rahmen des Vertriebsmanagementprozesses konfrontiert sein konnte. Die Entwicklung der theoretischen Infrastruktur- und analytischen Denkprinzipien im Zusammenhang mit den Entscheidungen des Vertriebsmanagers und der Lösung der potenziellen Probleme gehören zum weiteren Ziel des Kurses.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	1. Dmickiewicz, E., Hoyer, A. K. (2020): Führung von Vertriebsorganisationen: Strategie - Koordination - Umsetzung (Edition Sales Excellence) 2. Aufl. Springer Gabler Verlag. ↗					
Lernergebnisse	1.	kann den Unterschied zwischen den Konzepten von Vertrieb und Marketing erklären					
	2.	kann die Bedeutung des Vertriebsmanagements und die Phasen des Vertriebsmanagementprozesses definieren					
	3.	kann den Prozess der CRM erklären und die relevanten digitalen Programme anwenden und Strategien entwickeln					
	4.	Umsatzprognose, Festlegung von Verkaufsquoten, Budgetierungsverfahren erläutern und anwenden					
	5.	kann Vertriebspersonal-Einstellungsprozess, Motivationsmodelle und persönliche Verkaufstechniken erläutern					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Marketingkonzept und die Entwicklung					
Woche 2		Gegenüberstellung von Marketing- und Vertriebskonzepten					
Woche 3		Bedeutung des Vertriebsmanagements für Unternehmen					
Woche 4		Stellenwert interner und externer Faktoren im Vertriebsmanagement					
Woche 5		Konsumentenverhalten und Kaufentscheidungsprozess					
Woche 6		Festlegung von Verkaufsprognosen und Verkaufsquoten					
Woche 7		Erstellung des Verkaufsbudgets-1					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Erstellung des Verkaufsbudgets-2					
Woche 10		Auswahl und Schulung des Verkaufspersonals					
Woche 11		Motivation des Verkaufspersonals					
Woche 12		Performancemessung des Verkaufspersonals					
Woche 13		CRM					
Woche 14		Persönliche Verkaufstechniken-1					
Woche 15		Persönliche Verkaufstechniken-2					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n					
		Labor					
		Sonstige					
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***							
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand	
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	10	10.0	
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben	25	25.0	
Labor	0.0	0.0		Projekt			
Selbststudium vor der Veranstaltung				Forschung und Präsentation	10	10.0	
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar	15	15.0	
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie			
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt			
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	10	10.0		Sonstige			
SUMME :					83.0	122.0	
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5	