

Studienplan mit Praxisgarantie für Heute und Morgen

Mit analytischen Fähigkeiten, Leadership und exzellenter Verkaufs- & Verhandlungsgesprächsführung zum Erfolg!

Neun unterschiedliche Module bilden die Grundlage, um Vertriebsmanagement neu zu definieren und **Managementfähigkeiten mit Expert*innenwissen zu kombinieren**. Unsere Präsenzzeiten sind in Blockform organisiert (2-3 Präsenzblöcke pro Monat).

Freitag von 14.30 Uhr bis 22.00 Uhr und Samstag von 9.00 Uhr bis 17.00 Uhr). Unsere Onlineelemente werden flexibel oder außerhalb von Kernarbeitszeiten für Sie angeboten. Die folgende Darstellung skizziert den modularen Aufbau des Studiums.

Curriculum

1. Semester ECTS 30

Strategisches Management	4
Markt- & Branchenanalysen	4
Vertriebskonzeption	4
Betriebswirtschaftliche Unternehmensanalysen	3
Führungsstrategien	3
Vertriebspsychologie	4
Verkaufstraining 1 – Gesprächsführung	4
Auftritt & Visualisierung im Vertrieb	4

2. Semester ECTS 30

Angebots- & Portfoliomanagement	4
Vertriebscontrolling & Forecasting	4
Customer Touchpoint Management	5
Opportunity & Relationship Management	5
Rechtliche Aspekte im Vertrieb & der Geschäftsfeldentwicklung	4
Verkaufstraining 2 – Kundenanalysen	4
Forschungsdesigns	4

3. Semester ECTS 30

Business Creation EN	4
Preis- & Value Management	5
English for Sales Manager EN	3
Change Management	3
Proposal Master-Arbeit	1
Forschungsmethoden & Master-Arbeit	14

4. Semester ECTS 30

Economics of Strategy & Competitiveness EN	3
Business Development Challenge	4
Global Sales Development EN	4
Personalentwicklung im Vertrieb	3
Verkaufstraining 3 – B2B Expert*innentools	5
Critical Thinking	2
Master-Arbeit	8
Defensio Master-Arbeit	1

MODULE

Der modulare Aufbau des Studiums ermöglicht eine themenübergreifende und praxisnahe Bearbeitung von Aufgabenstellungen. Kompetenzen werden semesterübergreifend vermittelt.

Business Development

1. Semester ECTS 8	
Strategisches Management	4
Markt- & Branchenanalysen	4
3. Semester ECTS 4	
Business Creation EN	4
4. Semester ECTS 7	
Economics of Strategy & Competitiveness EN	3
Business Development Challenge	4

Sales Management

1. Semester ECTS 8	
Vertriebskonzeption	4
2. Semester ECTS 4	
Angebots- & Portfoliomanagement	4
3. Semester ECTS 4	
Preis- & Value Management	5

International Sales

3. Semester ECTS 3	
English for Sales Manager EN	3
4. Semester ECTS 4	
Global Sales Development EN	4

Betriebswirtschaftliche Analysen

1. Semester ECTS 3	
Betriebswirtschaftliche Unternehmensanalysen	3
2. Semester ECTS 4	
Vertriebscontrolling & Forecasting	4

Kundenmanagement

2. Semester ECTS 10	
Customer Touchpoint Management	5
Opportunity and Relationship Management	5

Rechtliche Aspekte im Vertrieb & der Geschäftsfeldentwicklung

2. Semester ECTS 4	
Rechtliche Aspekte im Vertrieb & der Geschäftsfeldentwicklung	4

Leadership

1. Semester ECTS 3	
Führungsstrategien	3
3. Semester ECTS 3	
Change Management	3
4. Semester ECTS 3	
Personalentwicklung im Vertrieb	3

Verkaufsgesprächs- & Verhandlungsführung

1. Semester ECTS 12	
Vertriebspsychologie	4
Verkaufstraining 1 – Gesprächsführung	4
Auftritt & Visualisierung im Vertrieb	4
2. Semester ECTS 4	
Verkaufstraining 2 – Kundenanalysen	4
4. Semester ECTS 5	
Verkaufstraining 3 – B2B Expert*innentools	5

Academic Research Skills

2. Semester ECTS 4	
Forschungsdesigns	4
3. Semester ECTS 15	
Master-Arbeit Proposal	1
Forschungsmethoden & Master-Arbeit	14
4. Semester ECTS 11	
Critical Thinking	2
Master-Arbeit	8
Defensio Master-Arbeit	1

Und weiter?

Digitalisierung im B2B Vertrieb

Die Digitalisierung von Prozessen beinhaltet ein hohes Effizienz- & Effektivitätspotential. Im Studium betrachten Sie diese Potentiale aus Sicht von Vertriebsorganisationen. Dabei behandeln wir vor allem die Implementierung und Verwendung von vertriebsunterstützender Software (z. B. CRM Systeme). Weiters analysieren Sie im Studium die Customer Journey im B2B Bereich. Dabei konzentrieren wir uns auf die Online- & Social Media Kommunikation (z. B. Social Selling) von Vertriebsabteilungen und deren Mitarbeiter*innen.

VERTRIEB DER ZUKUNFT

- Identifizierung von Verbesserungspotentialen durch digitale Tools
- Analyse der Customer Journey im B2B Bereich
- Online- & Social Media Kommunikation aus Sicht von Vertriebsmitarbeiter*innen
- Digital unterstütztes Verkaufs- & Verhandlungstraining im Sales Science Lab

GUT ZU WISSEN:

Unser Sales Science Lab stellt eine wichtige didaktische Komponente in der Ausbildung dar.



Individuelles Feedback
Messung von Emotionen und Stress in Verkaufsgesprächen

Vertriebspsychologie
kombiniert mit digitaler Trainingsinfrastruktur

Training im Sales Science Lab

Für die Vermittlung von Verkaufskompetenzen steht Ihnen das Sales Science Lab am City Campus zur Verfügung. Dort werden vertriebspsychologische Aspekte mit hochmoderner digitaler Trainingsinfrastruktur verbunden.

Das Equipment im Sales Science Lab setzen Sie im Studium für unterschiedliche Trainingssituationen ein. Das Labor ist unter anderem mit Video- & Thermokameras, Tools zur Messung des Hautleitwerts sowie Eye-Tracking Geräten ausgestattet.

Ziel der Messungen ist es, durch die Analyse von biometrischen Daten, einen Rückschluss auf Ihr Stresslevel und Ihre Leistungsfähigkeit in einem Verkaufsgespräch zu erhalten. So entwickeln Sie im Laufe des Studiums Ihre individuellen Verkaufskompetenzen weiter.

MA

AKADEMISCHER GRAD:
Master of Arts in Business

ECTS: **120**

Studienbeginn:
Anfang September

Sprache:
Deutsch & teilweise Englisch

Dauer: **4** Semester

Studienort:
City Campus Wiener Neustadt

Aufnahme

Zugang

Aufnahme

1. Bewerben Sie sich unter [onlinebewerbung.fhwn.ac.at](https://www.fhwn.ac.at/sales).
2. Sie erhalten eine Einladung zum Aufnahmetag – die Aufnahmeprüfungen finden von November bis Juli statt.
3. Wir informieren Sie schriftlich über Ihr Ergebnis.

Zugang

- Infos unter [fhwn.ac.at/sales](https://www.fhwn.ac.at/sales)
- 6 Semester Bachelor-Abschluss oder gleich-/höherwertiges facheinschlägiges Studium
- Als facheinschlägig gelten Studien der Fächergruppen Wirtschafts-, Sozial-, Natur-, Ingenieur- & Gesundheitswissenschaften. Näheres auf der Webseite.

Für Sie da!

Gudrun Wagner
Study Services
gudrun.wagner@fhwn.ac.at
+43 26 22 89 084-397

Aktuelles zum Campus & zu Ihrem Studienprogramm: [fhwn.ac.at/sales](https://www.fhwn.ac.at/sales)

FH Wiener Neustadt GmbH
City Campus
Schlögelgasse 22-26, 2700 Wiener Neustadt
+43 26 22 89 084-0
office@fhwn.ac.at
[fhwn.ac.at](https://www.fhwn.ac.at)

Stand: 001 (02/2021). Foto-Credits: FH Wiener Neustadt, istockphoto.com (Cover, Über das Studium, Im Studium)

1) Vorbehaltlich Genehmigung AQ Austria

Drucked nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, Print Alliance HAV Produktions GmbH, UW-Nr. 715

Check us out!

Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn icons

MASTER • Berufsbegleitend
[fhwn.ac.at/sales](https://www.fhwn.ac.at/sales)

Business Development & Sales Management¹⁾

Das Management-Studium für Expert*innen im Business-to-Business Bereich

Jetzt starten!



Über das Studium

Erfolg durch vernetztes vertriebliches Denken

Einzigartige Kombination aus Lehrinhalten im Bereich der Marktanalyse, B2B Vertriebsmanagement, Leadership sowie Verkaufs- & Verhandlungsführung.

Mit diesem Studium sind Sie in der Lage, Marktentwicklungen zu verstehen und daraus Trends und Potentiale abzuleiten. Sie entwickeln neue Geschäftsfelder für bestehende Produktbereiche, ergänzen diese mit innovativen Servicekomponenten & erstellen Marktbearbeitungsstrategien.

Außerdem analysieren Sie bestehende Vertriebsorganisationen und Verkaufsprozesse, gegebenenfalls reorganisieren Sie diese auch. Dabei identifizieren Sie Effizienzsteigerungspotentiale durch den Einsatz von digitalen Tools. Als Führungskraft wenden Sie situativ Leadership-Strategien an und entwickeln Ihre Mitarbeiter*innen weiter. In vielseitigen Workshops und Trainings vermitteln wir Ihnen Kompetenzen für B2B Verkaufs- & Verhandlungsgespräche. Das Training schließt vertriebspsychologische

Aspekte im top ausgestatteten Sales Science Lab mit ein. Top qualifizierte Vertriebskräfte und Expert*innen in der Geschäftsfeldentwicklung zählen zu begehrten Fachkräften am Arbeitsmarkt, da sie mit ihrer Tätigkeit unmittelbar Einfluss auf die Ertragskraft, das Firmenwachstum und das Ansehen von Unternehmen haben.

HIGHLIGHTS:

- Neue Geschäftsfelder identifizieren
- Vertriebsstrategien entwickeln
- B2B Vertriebsprozesse digitalisieren
- Von Vertriebspsychologie & Verkaufstrainings profitieren

Vertriebsmanagement
im B2B Bereich neu definieren

NEXT STEP: TRAUMJOB!

- Business Development Manager*in
- Vertriebsorientierte/r B2B Produkt Manager*in
- Key Account Manager*in
- Large-, Major- bzw. Global Account Manager*in
- Sales Manager*in & Vertriebsleiter*in für B2B Lösungen
- Vertriebsberater*in & Vertriebstrainer*in

Mag.(FH) Johannes Reiterer, BEd, MA
Studiengangsleitung

Genau richtig!



Absatzpotentiale
identifizieren & Strategien ableiten



Nach dem Studium

Karrierechancen & Berufsfelder

Dynamische und globalisierte Märkte, individuelle Anforderungen von Kund*innen und die Digitalisierung führen zur Notwendigkeit, Vertriebsmanagement holistischer zu betrachten. Eine vertiefende wie auch umfangreiche Managementausbildung für den Verkauf von B2B Lösungen gewinnt somit immer mehr an Bedeutung.

Das Studium bildet Expert*innen im Bereich der Geschäftsfeldentwicklung, Führungspersonen in Verkaufsorganisationen und Berater*innen im Bereich des Vertriebsmanagements aus. Der Lehrfokus liegt dabei auf Märkten im Business-to-Business Bereich (z. B. technische Produkte, Dienstleistungen, IT Lösungen, Pharma, B2B Großhandel, Consulting).

„Gerade in herausfordernden wirtschaftlichen Zeiten ist vernetztes vertriebliches Denken ein wichtiger Erfolgsfaktor und zugleich auch Karrieremotor.“
Mag. (FH) Johannes Reiterer, BEd, MA – Studiengangsleitung

Im Studium

Lehrinhalte & Schwerpunkte im Studium

Das Studium bereitet Sie optimal auf zukünftige Herausforderungen im Vertriebsmanagement vor. Kein globaler Trend bleibt unberücksichtigt. Vertrieb beginnt bereits weit vor dem ersten Kundenkontakt. Daher verbindet das Studium die systematische Identifikation von Marktchancen mit dem Management von Verkaufsprozessen & der Verkaufsgesprächs- bzw. Verhandlungsführung. Die einzigartige Kombination von Kompetenzen im Bereich der Analyse, Leadership & Verhandlungsführung bildet die Grundlage für eine erfolgreiche Karriere im B2B Vertriebsmanagement. Die Ziele des Studiums werden durch neun Module erreicht & lassen sich in vier Themenbereiche zusammenfassen:

- **Business Development:** Entwicklung von Unternehmensstrategien, Analyse von Geschäftsmodellen, Prognose von Marktentwicklungen
- **Sales Management:** Konzeption von Vertriebsabteilungen, Ausschreibungsmanagement, Vertriebsinternationalisierung, Vertriebssteuerung
- **Leadership:** Führungsmodelle im Vertrieb, Konfliktmanagement, Personalentwicklungskonzepte
- **Verkaufs- & Verhandlungstechniken:** Onlineauftritt, Value-Based Selling, Preisverhandlungen

GUT ZU WISSEN:

Die Nachfrage nach spezifisch und gut ausgebildeten Profis im B2B Vertriebsmanagement steigt stark.



PRAXISNAH & BERUFS- BEGLEITEND STUDIEREN

Die Lehrveranstaltungen weisen einen Workshop-Charakter mit hohem Interaktionsgrad auf. Durch externe wie auch interne Expert*innen erhalten Sie eine praxisorientierte Ausbildung, die keinen Trend auslässt.

Das Lehr- und Lernkonzept kombiniert Online- und Präsenzlehreveranstaltungen. Dadurch lassen sich Beruf und Ausbildung bestmöglich vereinbaren.

- Hoher Interaktionsgrad in Lehrveranstaltungen
- Keynote Speaker aus unterschiedlichen Bereichen: Management, Leadership, Unternehmensberatung & Verhandlungsführung
- Kombination aus Online- & Präsenz-Lehre



Praxisorientierte Lehre
Kooperationen mit Unternehmen kombiniert mit moderner Lehrinfrastruktur erhöhen den Lernerfolg.

Aus dem Studium

Forschung & Praxisprojekte

Im Studium bearbeiten Sie spannende Vertriebsprojekte und Aufgabenstellungen von Kooperationspartner*innen. Dazu zählt z. B. die Vertriebskonzeption. Dabei identifizieren Sie - basierend auf bestehenden Unternehmensstrategien - Marktchancen und leiten Vertriebskonzepte für Partnerunternehmen ab.

Ein weiteres Beispiel sind Fallstudien im Bereich des Preismanagements. Dabei entwickeln Sie Preisstrategien, erstellen Value-Based Selling Konzepte und erarbeiten Tools für die Visualisierung des Mehrwerts einer Lösung im B2B Bereich. In weiterer Folge testen Sie Ihr Visualisierungskonzept durch modernes Eye Tracking im Sales Science Lab.

GUT ZU WISSEN:

Studierende können erlernte Kompetenzen umgehend in Ihrem Berufsalltag umsetzen.

Ein kleiner Studieneinblick

„Dieser Master liefert das notwendige Wissen, um Marktchancen zu erkennen, Vertriebsstrategien zu entwickeln und Organisationen erfolgreich zu führen.“

Freiler Michael BSc, MA, Msc
Absolvent



QR-Code scannen & Video starten!

Videos & Podcasts!

Praxisnah & Zukunftsorientiert