



Studien- und Prüfungsplan: Vertriebsmanagement (VM) – MBA – Vollzeitstudium

Studium					Prüfungen	
Sem.	Module und zugehörige Lehrveranstaltungen	LF	PZ/h	LP	PL	Gew.
1. 68 h Präsenz 30 LP	VM 1: Managementorientierte Einführung in die Betriebswirtschaftslehre			6	HA/RE/RE+MP	6
	Managementorientierte Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	V+Ü, OL, ST	18			
	Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten	SU, OL, ST	4			
	VM 2: Strategisches Management			6	HA/SB/RE	6
	Strategisches Management	SU, OL, ST	4	6		
	VM 3: Supply Chain Management und Vertrieb			6	HA/PA/RE	6
	Beschaffungs-, Produktions- und Vertriebslogistik	V+Ü, OL, ST	12			
	Auftragsprozesse und Workflow/Customer Process Management	V+Ü/S, OL, ST	6			
	VM 4: Internes und externes Rechnungswesen im Vertrieb			6	KL60/HA/RE	6
	Operatives Kostenmanagement und Kostenmanagementsysteme	V+Ü, OL, ST	10			
Externes Rechnungswesen und Jahresabschluss	V+Ü, OL, ST	8				
VM 5: Projektmanagement			6	HA/PA/RE	6	
Projektmanagement	SU, OL, ST	6				
2. 72 h Präsenz 30 LP	VM 6: Controlling im Vertrieb			6	KL60/HA/RE	6
	Vertriebscontrolling	V+Ü, OL, ST	10			
	Angewandtes Vertriebscontrolling	V+Ü, OL, ST	8			
	VM 7: Leadership und Marketingmanagement im Vertrieb			6	HA/RE	6
	Marktorientierte Unternehmensführung und kundenzentriertes Marketing	V+Ü/S, OL, ST	8			
	Marketingbezogene Elemente des Vertriebs, Markenmanagement	V+Ü/S, OL, ST	10			
	Internationales Marketing und Vertriebskonzeptionen	V+Ü/S, OL, ST	8			
	VM 8: Vertriebskompetenzentwicklung			6	HA/RE	6
Unternehmens- und Marketingpsychologie	V+Ü/S, OL, ST	8				
Führungskompetenzen und Selbstmanagement	V+Ü/S, OL, ST	8				

LF: Lehrform | V: Vorlesung | Ü: Übung | PZh: Präsenzzeit/Stunde | CP: Creditpoints | PL: Prüfungsleistung | HA: Hausarbeit | RE: Referat | KL 90: Klausur 90 Minuten | SB: Studienbuch | PA: Projektarbeit | MP: Mündliche Prüfung

Für die Präsenzveranstaltungen gilt eine Präsenzquote von 2/3 der belegten Module, bezogen auf jedes Semester.



Studium					Prüfungen	
Sem.	Module und zugehörige Lehrveranstaltungen	LF	PZ/h	LP	PL	Gew.
	VM 9: Interkulturelles Management und Diversity			6	HA/PA/RE	6
	Interkulturelles Management und Diversity	SU, OL, ST	8	6		
	VM 10: Case Study Führung/Leadership und Marketing			6	PA/SB/RE	6
	Case Study Führung/Leadership und Marketing	SU, OL, ST, B	4	6		
3. 68 h Präsenz 30 LP	VM 11: Informationsmanagement, E-Commerce, digitales Marketing und KI			6	KL60/HA/RE	6
	E-Commerce und digitales Marketing	V+Ü, OL, ST	8			
	Customer Relationship Management und Vertriebsinformationssysteme	V+Ü, OL, ST	8			
	VM 12: Marketing und Vertrieb technischer Dienstleistungen			6	KL60/HA/RE	6
	Marketing und Vertrieb technischer Dienstleistungen	V+Ü, OL, ST	8			
	VM 13: Key Account Management			6	HA/RE	6
	Key Account Management (KAM)	V+Ü/S, OL, ST	12			
	VM 14: Qualitätsaspekte im Vertrieb			6	HA/RE	6
	Service und Qualität im Vertrieb/Customer Journey	V+Ü/S, OL, ST	10			
	Total Quality Management	V+Ü/S, OL, ST	8			
4. 46 h Präsenz 30 LP	VM 15: Rechtsfragen im Vertrieb			6	KL60/HA/RE	6
	Wettbewerbsrecht im Vertrieb, Internetrecht, Compliance		14			
	VM 16: Language and communication skills for leadership			6	HA/RE/ RE+MP	6
	Language and communication skills for leadership	V+Ü/S, OL, ST	24			
	VM 17: HR-Management und Vertriebsorganisation			6	KL60/HA/RE	6
	Human Resource Management	V+Ü, OL, ST	12		VL	
	Vertriebsorganisation	V+Ü, OL, ST	10		VL	
VM 18: Masterarbeit mit Kolloquium				MA+KO	15+3	
Masterarbeit	B		15		66,7%	
Kolloquium	B		3		33,3%	
Summen: Präsenzstunden, LP u. Gewichtungsfaktoren			254	120		120

LF: Lehrform | V: Vorlesung | Ü: Übung | PZh: Präsenzzeit/Stunde | CP: Creditpoints | PL: Prüfungsleistung | HA: Hausarbeit | RE: Referat | KL 90: Klausur 90 Minuten | SB: Studienbuch | PA: Projektarbeit | MP: Mündliche Prüfung

Für die Präsenzveranstaltungen gilt eine Präsenzquote von 2/3 der belegten Module, bezogen auf jedes Semester.