



Ruhr Master School
of Applied Sciences

Dieses Wahlpflichtmodul ist ein Angebot der:

Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences



International Management

International Sales Management

Prof. Dr. Ralf Schlottmann;
ralf.schlottmann@hs-bochum.de;

Prof. Dr. Hubertus Austermann
hubertus.austermann@hs-bochum.de

Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences



Fachhochschule
Dortmund
University of Applied Sciences and Arts



Westfälische
Hochschule
Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen
University of Applied Sciences

STIFTUNG
MERCATOR



Modul 8: International Sales Management				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Sales Management b) Selected Target Markets and Industries			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden verstehen die wesentlichen Herausforderungen, denen produzierende Unternehmen im internationalen Vertrieb gegenüberstehen. Darüber hinaus lernen Sie die gängigen Vertriebsstrategien und -instrumente kennen, die Unternehmen im internationalen Vertrieb in Reaktion auf dieser Herausforderungen einsetzen können. Zum anderen werden ihnen Kenntnisse über die Zielmärkte ausgewählter Branchen und die für diese relevanten Standortfaktoren vermittelt. Sie verstehen, welche Bedeutung Standortfaktoren von der Länderebene über die regionale bis hin zur kommunalen Ebene für die Standortentscheidung von Unternehmen aus einzelnen Branchen haben. <i>Können:</i> Die Studierenden erkennen Schwachstellen einer internationalen Vertriebsorganisation und -strategie und können geeignete Verbesserungsvorschläge entwickeln. Weiterhin können Sie ausgewählte konzeptionelle Tätigkeiten im Vertriebsbereich wahrnehmen, wie beispielsweise die Erstellung eines Key Account Plans oder eine Analyse der wesentlichen Vertriebskennziffern. Sie können ausgewählte Zielmärkte sowie Rohstoff-, Güter- oder Dienstleistungsmärkte analysieren und dabei innerhalb der Raumsysteme/Rahmenbedingungen angemessen agieren und reagieren.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines internationalen Distributionssystems • Management von internationalen Vertriebspartnern • Management internationaler Kunden • Aufbau und Management einer internationalen Vertriebsorganisation • Standortfaktoren ausgewählter Branchen und Standortwettbewerb • Umfeldanalyse • Branchenanalyse 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und enthalten Fallstudien.			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) Für den Bereich Sales Management; Es besteht die Möglichkeit der Anrechnung einer freiwilligen Vorleistung gem. § 9a der MRPO in Höhe von 5 Prozentpunkten.			

	Die entsprechende Leistung wird in den ersten 3 Veranstaltungswochen festgelegt.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Ralf Schlottmann b) Prof. Dr. Hubertus Austermann
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Homburg, Ch.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence, 8. Auflage, Wiesbaden 2016 • Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management – Leadership, Innovation, Technology, Twelfth Edition, Oxon 2016 <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Managesment, Tenth Edition, Harlow UK 2015 • Opresnik, M.: The hidden rules of successful negotiation, 2014 • Payne, A.: Handbook of CRM – Achieving excellence incustomer management, New York 2008 <p>Zielmarkt- und branchenspezifische Literatur wird zu Beginn des Semesters festgelegt. Regelmäßig genutzt werden Informationen und Berichte der Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/trade.html).</p>