

Sales und Distribution

Modulcode: DLBMASD

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS n/a	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	--------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Caterina Fox (Sales und Distribution)

Kurse im Modul

- Sales und Distribution (DLBMASD01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen einer „Customer-Driven-Organisation“
- Aufbau des Distributionsorganisation
- Omni-, Cross und Multi Channel
- Distributionsgestaltung, -planung, -management und -controlling
- Kompetenz, Auswahl und Anreizsysteme im Sales Force Management

Qualifikationsziele des Moduls**Sales und Distribution**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben des Marketing in einer „Customer-Driven-Organisation“ zu verstehen.
- den Aufbau des Distributionsnetzes in einem Unternehmen zu analysieren.
- das Vertriebs- und das Key Account Management zu unterstützen.
- die Planung, das Management und das Controlling des Distributionsnetzes mit zu gestalten.
- die Herausforderungen von Omni-, Cross und Multi Channel zu kennen.
- die Auswahl und die Anreizsysteme des Vertriebspersonals und der Händler zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Sales und Distribution

Kurscode: DLBMASD01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Um ein erfolgreiches Distributionssystem zu etablieren, bedarf es des Zusammenspiels von Marketing und Vertrieb. Mit einem kundenzentrischen Ansatz gewinnen „Customer-Driven-Organisations“ den Kampf um den Kunden. Dabei gilt es, das Distributionsnetz mit dem Fokus auf den Kunden zu gestalten und zu managen. Es ist wichtig, das Distributionsnetz einer Organisation analysieren zu können und die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Ausprägungen zu verstehen. Unternehmen müssen bei der Gestaltung und Struktur der Absatzkanäle ihre Strategien und Prozesse intern und extern anpassen. Vor allem Omni-, Cross und Multi Channel Systeme müssen derart gestaltet werden, dass das Zusammenspiel der Absatzkanäle möglichst reibungs- und konfliktlos funktioniert. Es ist wichtig, nicht nur die Möglichkeiten unterschiedlicher Distributionsmodelle zu kennen, sondern sich auch der Herausforderungen bei der Zusammenarbeit mit Distributionspartnern bewusst zu sein. Das hat zur Folge, dass sich gleichzeitig auch die Anforderungen an die Mitarbeiter erhöhen. Im Bereich der Distribution ist es wichtig, qualitativ hochwertige Mitarbeiter und Partner einzustellen und diese zu motivieren. Distributionssysteme, vor allem wenn diese mehrdimensional sind, müssen gemanagt werden. Dafür ist es wichtig fortwährend Daten zu erheben und zu analysieren, die von der Erfassung des Potenzials, über Leads bis zu einem effizienten Beschwerdemanagement reichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben des Marketing in einer „Customer-Driven-Organisation“ zu verstehen.
- den Aufbau des Distributionsnetzes in einem Unternehmen zu analysieren.
- das Vertriebs- und das Key Account Management zu unterstützen.
- die Planung, das Management und das Controlling des Distributionsnetzes mit zu gestalten.
- die Herausforderungen von Omni-, Cross und Multi Channel zu kennen.
- die Auswahl und die Anreizsysteme des Vertriebspersonals und der Händler zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen einer „Customer-Driven-Organisation“
 - 1.1 Einführung und Elemente der Vertriebspolitik
 - 1.2 Der Kunde im Zentrum
 - 1.3 Trends und Herausforderungen im Vertrieb

2. Aufbau der Distributionsorganisation
 - 2.1 Eindimensionale Distributionsorganisation: nach Regionen, Produkten, Kunden
 - 2.2 Mehrdimensionale Distributionsorganisation
 - 2.3 Zentrale oder dezentrale Vertriebsorganisation
 - 2.4 Push versus Pull
 - 2.5 Aufbau einer Distributionsorganisation durch Werteschaffung für die Zielgruppensegmente
3. Omni-, Cross und Multi Channel
 - 3.1 Grundlagen & Begriffserklärung
 - 3.2 Festlegung der Kanalstufen und -prozesse
 - 3.3 Steuerung und Bewertung der Vertriebskanäle
 - 3.4 Erfolgsfaktoren und Konfliktpotenziale
4. Distributionsgestaltung
 - 4.1 Gestaltung der Struktur der Absatzkanäle
 - 4.2 Partner: Absatzmittler und Absatzhelfer
 - 4.3 Trends
5. Sales Force Management
 - 5.1 Kompetenz- und Qualifikationsprofile, qualitativ hochwertige Vertriebsmitarbeiter einstellen, Auswahl des Vertriebspersonals/der Händler
 - 5.2 Einsatzplanung
 - 5.3 Vergütungs- und Anreizsysteme
 - 5.4 Leistungsbewertung und -kontrolle
6. Controlling des Distributionssystems
 - 6.1 Inhalt und Aufgaben des Vertriebscontrolling
 - 6.2 Strategisches Vertriebscontrolling
 - 6.3 Operatives Vertriebscontrolling

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Albers, S./Kraft, M. (2013): Vertriebsmanagement. Organisation-Planung-Controlling-Support. Springer und Gabler, Wiesbaden.
- Bergmeier, M. (2017): Vertrieb in differenzierten Mehrkanalsystemen: Gestaltung, Koordination, Gewinnmaximierung (Beiträge zur empirischen Marketing- und Vertriebsforschung). Springer Gabler, Wiesbaden.
- Dent, J. (2008): Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market. Kogan Page, London.
- Homburg, C./Wieseke, J. (2011): Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie – Führung Informationsmanagement – CRM. Springer, Wiesbaden.
- Hofbauer, G./Hellwig, C. (2016): Professionelles Vertriebsmanagement. 4. Auflage, Publicis, Erlangen.
- Homburg, C./Schäfer, H./Schneider, J. (2016): Sales excellence. 8. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Huxold, S. (o.J.): Handelsmanagement. Einführung in die Grundlagen des Managements von Handelsbetrieben. Selbstverlag, ebook.
- Kleinaltenkamp, M./Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb – eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. VDI, Heidelberg.
- Kollmann, T. (2019): E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. 6. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. 3. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Rittinger, S. (2014): Multi-Channel Retailing: Prinzip, Konzepte und Erfolgsfaktoren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schögel, M. (2012): Distributionsmanagement: Das Management der Absatzkanäle. Vahlen, München.
- Shaw, J. D./Gupta, N. (2015): Let the evidence speak again! Financial incentives are more effective than we thought. In: Human Resource Management Journal, Vol. 25, No. 3, 2015.
- Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H. (2019): Handelsmanagement, Offline-, Online- und Omni-Channel-Handel. 4. Auflage, Vahlen, München.
- Winkelmann, P. (2013): Marketing und Vertrieb. 8. Auflage, De Gruyter, München.
- Wirtz, B. W. (2013): Handbuch Multi-Channel-Marketing. 2. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Zoltners, A. et al. (2009): Building a Winning Sales Force: Powerful Strategies for Driving High Performance. AMACOM Books, o.O.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Vorlesung
---------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien