

Gültig für 2022.FS

Modulbezeichnung: Business Development & Sales Management	
Modulkürzel	w.MA.XX.BDS.19HS
Beschreibung des Moduls	Neue Kunden-, Produkt- oder Regionalsegmente zu erschliessen, gehört in jeder Unternehmung zu den anspruchsvollsten und vielschichtigsten Managementaufgaben. Das Modul 'Business Development & Sales Management' zielt darauf ab, den Teilnehmenden dafür wichtige Strategie- und Managementmethoden im Stile eines MBA-Kurses praxisnah zu vermitteln. Anhand realer Fallstudien und Gastreferate werden Business Development-Projekte von der Marktanalyse, Strategieentwicklung bis zur Marktbearbeitung analysiert und diskutiert. Damit verbundene Lerninhalte beinhalten die Evaluation des Product-Market Fits, Mix von Marketing- und Vertriebstools, Organisation und Management eines Business Development/Sales-Teams sowie Ausgestaltung von Sales Compensation Plans. Die Semesterinhalte sollen in einem Go-to-Market Plan für ein reales Business Development-Projekt zusammengefasst werden.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp: Wahlpflichtmodul
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Jens Haarmann (haar)
Modulverantwortung Stellvertretung	Rainer Fuchs (fuhs)
Spezifische Vorkenntnisse	-
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § können einen Go-to-Market Plan für die Bearbeitung eines neuen Marktsegments selbständig entwickeln § können unbekannte Märkte durch Top-Down und Bottom-Up Marktanalysen auf ihr Marktpotenzial schätzen § können den Product-Market Fit durch geeignete Marktforschungstools quantifizieren § können Chancen/Risiken in- und ausländischer Märkte bewerten und im Hinblick auf die Marktbearbeitung priorisieren § können Best Practices erfolgreichen Projektmanagements anwenden § können Empfehlungen geben zur optimalen Organisation einer Sales Force inkl. Vor-/Nachteilen § verstehen es die Business Development Strategie in anreizkompatible Vertriebsziele und -vergütungsmodelle umzusetzen

	§ kennen die grundsätzliche Herangehensweise an Vertriebsgespräche und -verhandlungen		
Inhalte des Moduls	§ Strategien zur Entwicklung von neuen Kunden-, Produkt- und Regionalmärkten § Internationale Fallstudien zu Business Development Projekten § Marktanalysetechniken Top-Down & Bottom-Up § Marketing Mix & Sales Channels § Projektmanagement von Business Development Teams § Sales Force Strategy & Organisation § Sales Force MBOs & Compensation Plans § Sales Communication & Presentations § Abschlusspräsentation Fallstudie 'Business Development Strategien'		
Verknüpfung zu anderen Modulen	-		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Problemorientierter Unterricht § Projektarbeit § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Lehrvideos § Fallstudien (inkl. Lösungen) § (Multiple-Choice)-Tests		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	20 h	-
	Übung	8 h	-
	Projektarbeit	-	50 h
	Seminar	-	-
	Total	28 h	50 h
			12 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	-	-	-
	Hilfsmittel	-	
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	Business Development Strategie für reales Unternehmen (schriftlich)	Note	-
	Business Development Strategie für reales Unternehmen (mündliche Präsentation)	Note	-
	Mündliche Beteiligung	Note	-
	Semesterbegleitende Online-Test zu Pre-Readings (ca. alle 2-3 Wochen)	Note	-
	Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.		
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine Häufiges Fehlen wirkt sich hingegen auf die realisierbare, mündliche Note aus. Insbesondere bei den externen Gastreferenten ist auf Anwesenheit zu achten.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Reader und englischsprachiges Folienskript wird auf Moodle gestellt. Bei der Literatur wird zumeist auf englischsprachige Business-/Management-Literatur zurückgegriffen.		
Ergänzende Literatur	-		

Bemerkungen	<p>A) Zur Gruppenarbeit (mündlich & schriftlich): Für die Leistungsnachweise zur Business Development Strategie in Gruppenarbeit (schriftlich & mündlich) wird eine Peer Evaluierung durchgeführt, in der die Gruppenmitglieder die individuelle Arbeitsleistung der jeweils anderen Gruppenmitglieder beurteilen. Dessen Ergebnis kann Einfluss auf die Benotung der beiden Leistungsnachweise haben. Der abschliessende Entscheid hierüber liegt beim Dozierenden.</p> <p>Sanktion bei nicht fristgerechtem Einreichen der schriftlichen Arbeit: Abzug einer ganzen Note von der Modulendnote. Dies betrifft die gesamte Gruppe.</p> <p>Sanktion bei Nicht-Beteiligung an der Gruppenarbeit / Fehlen bei mehr als 20% der selbstorganisierten Gruppenmeetings oder unentschuldigtes Fehlen bei der Abschlusspräsentation: Abzug bis zu einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.</p> <p>B) Zur mündlichen Beteiligung: Eine regelmässige Beteiligung am Unterricht wird erwartet. Bei der Durchführung von LiveCasts ist die Kamera während der ganzen Veranstaltung anzustellen: Nicht-Beachtung wird mit der Teilnote 1.0 bewertet.</p>
-------------	---