

<b>Modulbezeichnung: Business Development &amp; Sales Management</b>	
<b>Modulkürzel</b>	w.MA.XX.BDS.19HS
<b>ECTS Credits</b>	3
<b>Unterrichts- und Prüfungssprache</b>	Deutsch
<b>Beschreibung des Moduls</b>	<p>Neue Kunden-, Produkt- oder Regionalsegmente zu erschliessen, gehört in jeder Unternehmung zu den anspruchsvollsten und vielschichtigsten Managementaufgaben. Das Modul 'Business Development &amp; 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.</p>
<b>Verantwortliche OE</b>	Institut für Marketing Management
<b>Modulverantwortung</b>	Jens Haarmann
<b>Modulverantwortung Stellvertretung</b>	Rainer Fuchs
<b>Studiengang und Vertiefungsrichtung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business Administration - Vertiefung in Marketing</li> </ul>
<b>Rechtliche Grundlagen</b>	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
<b>Modulkategorie</b>	<b>Modultyp</b> Wahlpflichtmodul
<b>Spezifische Vorkenntnisse</b>	
<b>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Methodenkompetenz</li> <li>• Sozialkompetenz</li> <li>• Selbstkompetenz</li> </ul>

# Modulbezeichnung: Business Development & Sales Management

<b>Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs</b>	<b>Fachkompetenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte wissen &amp; verstehen</li> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen</li> <li>• Theorie- &amp; Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren</li> </ul> <b>Methodenkompetenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemlösung &amp; Kritisches Denken</li> <li>• Wissenschaftliche Methoden</li> <li>• Arbeitsmethoden, -techniken &amp; -verfahren</li> <li>• Nutzung von Informationen</li> <li>• Kreativität &amp; Innovation</li> </ul> <b>Sozialkompetenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Kommunikation</li> <li>• Mündliche Kommunikation</li> <li>• Kooperation im Team &amp; Umgang mit Konflikten</li> <li>• Interkulturalität &amp; Perspektivenübernahme</li> </ul> <b>Selbstkompetenz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selbstmanagement &amp; Selbstreflexion</li> <li>• Ethische &amp; Soziale Verantwortung</li> <li>• Lernen &amp; Veränderung</li> </ul>		
<b>Lernziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können einen Go-to-Market Plan für die Bearbeitung eines neuen Marktsegments selbständig entwickeln.</li> <li>• können unbekannte Märkte durch Top-Down und Bottom-Up Marktanalysen auf ihr Marktpotenzial schätzen.</li> <li>• können den Product-Market Fit durch geeignete Marktforschungstools quantifizieren.</li> <li>• können Chancen/Risiken in- und ausländischer Märkte bewerten und im Hinblick auf die Marktbearbeitung priorisieren.</li> <li>• können Empfehlungen geben zur optimalen Organisation einer Sales Force inkl. Vor-/Nachteilen.</li> <li>• verstehen es die Business Development Strategie in anreizkompatible Vertriebsziele und -vergütungsmodelle umzusetzen.</li> <li>• verstehen es eine überzeugende Management-orientierte Business Präsentation zu geben.</li> </ul>		
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategien zur Entwicklung von neuen Kunden-, Produkt- und Regionalmärkten</li> <li>• Internationale Fallstudien zu Business Development Projekten</li> <li>• Marktanalysetechniken Top-Down &amp; Bottom-Up</li> <li>• Interviewführung zur Kundenbedürfnisanalyse</li> <li>• Distributionsstrategie &amp; Sales Channels</li> <li>• Sales Force Strategy &amp; Organisation</li> <li>• Sales Communication &amp; Presentations</li> <li>• Abschlusspräsentation Fallstudie 'Business Development Strategien'</li> </ul>		
<b>Verknüpfung zu anderen Modulen</b>	<p>Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:</p>		
<b>Digitale Lernressourcen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reader</li> <li>• Lehrvideos</li> <li>• Fallstudien (inkl. Lösungen)</li> <li>• (Multiple-Choice)-Tests</li> </ul>		
<b>Unterrichtsmethoden</b>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="478 1588 970 1796"> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Problemorientierter Unterricht</li> <li>• Projektarbeit</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Anwendungsaufgaben</li> <li>• Übungen</li> <li>• Literaturstudium</li> </ul> </td><td data-bbox="971 1588 1465 1796"> <p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelarbeit</li> <li>• Gruppenarbeit</li> </ul> </td></tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Problemorientierter Unterricht</li> <li>• Projektarbeit</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Anwendungsaufgaben</li> <li>• Übungen</li> <li>• Literaturstudium</li> </ul>	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelarbeit</li> <li>• Gruppenarbeit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrgespräch</li> <li>• Problemorientierter Unterricht</li> <li>• Projektarbeit</li> <li>• Fallstudien</li> <li>• Anwendungsaufgaben</li> <li>• Übungen</li> <li>• Literaturstudium</li> </ul>	<p>Eingesetzte Sozialformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelarbeit</li> <li>• Gruppenarbeit</li> </ul>		

## Modulbezeichnung: Business Development & Sales Management

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	
	Vorlesung	20 h	-		
	Übung	8 h	-		
	Projektarbeit	-	50 h		
	Seminar	-	-		
	Total	28 h	50 h	12 h	
Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Kurze Zwischenpräsentation	Note	Einzelarbeit	0	25.00
	Business Development Strategie für reales Unternehmen (schriftlich)	Note	Gruppenarbeit	0	50.00
	Business Development Strategie für reales Unternehmen (mündliche Präsentation)	Note	Gruppenarbeit	0	25.00
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Keine  Bei Praxisreferenten ist die Anwesenheit obligatorisch.				
Pfichtliteratur	• 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 &amp; schriftlich): Für die Leistungsnachweise zur Business Development Strategie in Gruppenarbeit (schriftlich &amp; mündlich, in der Regel als Vierer-Gruppen) 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 selbst organisierten Gruppenmeetings oder unentschuldigtes Fehlen bei der Abschlusspräsentation: Abzug bis zu einer ganzen Note von der Modulendnote beim betreffenden Gruppenmitglied.</p> <p>B) Zur Zwischenpräsentation: Jede Gruppe stellt ihre Zwischenergebnisse in der Semestermitte kurz vor (ca. 8-10 Min), um ein erstes konstruktives Feedback zu erhalten.</p>				