

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

79. Verordnung der Universität für Weiterbildung Krems über das Curriculum des Weiterbildungsprogramms „Sales Management“ (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

Studium gemäß § 56 (1) UG, Certificate Program / CP, 24 ECTS-Punkte

§ 1. Qualifikationsprofil

Das Certificate Program "Sales Management" dient der wissenschaftlichen Weiterbildung von Personen aus dem Vertriebsbereich. Es hat zum Ziel, den Studierenden das notwendige Wissen und die erforderlichen Kompetenzen für das Vertriebsmanagement, sowie Sales Skills zu vermitteln und zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung beizutragen.

Der Schwerpunkt des Weiterbildungsprogramms liegt in der Auseinandersetzung mit den neuesten Forschungsergebnissen und Umsetzungsmöglichkeiten zum Thema Sales Management. Dabei wird die Verbindung zwischen Theorie und Praxis in anwendungsorientierten Bereichen von Vertrieb und Marketing in Bezug auf Strategien, Konzepte, Entscheidungsunterstützung und Verhaltensbeeinflussung, Gesprächsführung, Arbeits- und Analysetechniken des Vertriebs- und Marketing-Controllings hergestellt, wobei im Mittelpunkt immer Aspekte der Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung stehen. Das Weiterbildungsprogramm legt Wert auf die Verknüpfung von technologischer Kompetenz mit betriebswirtschaftlichem Verständnis. Es adressiert strategische Fragestellungen der Implementierung ebenso wie operative Herausforderungen der Integration von KI in bestehende Marketing- und Vertriebsprozesse, Organisationsstrukturen und Geschäftsmodelle.

Nach Absolvierung des Weiterbildungsprogramms können die Studierenden:

- auf Marktgegebenheiten abgestimmte Vertriebsstrategien und -ziele formulieren.
- Vertriebsinstrumente im unternehmens-spezifischen Kontext anwenden.
- Verkaufsgesprächs- und Verhandlungsstrategien entwickeln.
- Unterschiedliche Verkaufs- und Einkaufsprozesse gestalten.
- Methoden und Strategien des Key Account Management anwenden.
- Konzepte der Kundengewinnung, -bindung und des Lead Managements entwerfen.
- Analysen des strategischen und operativen Vertriebs- und Marketing-Controlling durchführen.

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

- relevante KI-Anwendungsfelder entlang der Customer Journey beurteilen.
- ausgewählte KI-Toolkits zur datenbasierten Optimierung von Marketing- und Vertriebsprozessen anwenden.

§ 2. Studienform und Dauer

Das Weiterbildungsprogramm dauert 2 Semester und umfasst insgesamt 24 ECTS-Punkte. Der Ablauf des Weiterbildungsprogramms ist so organisiert, dass berufsbegleitend studiert werden kann.

§ 3. Studienleitung

- (1) Es ist eine Studienleitung zu bestellen. Diese kann aus einer oder mehreren hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierten Personen bestehen. Im Falle mehrerer Personen muss ein_e Koordinator_in bestimmt werden und zumindest eine der Personen muss die wissenschaftlichen Anforderungen durch Nachweis eines abgeschlossenen einschlägigen PhD- oder Doktoratsstudiums erfüllen.
- (2) Die Studienleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Weiterbildungsstudiums, soweit diesbezüglich keine andere Zuständigkeit vorliegt. Besteht die Studienleitung aus mehreren Personen, werden Entscheidungen mit einfacher Mehrheit getroffen. Bei Stimmgleichheit entscheidet der_die Koordinator_in.

§ 4. Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Allgemeine Universitätsreife oder abgeschlossene Ausbildung auf mindestens NQR-Niveau IV
oder
- (2) mehrjährige einschlägige Berufserfahrung.

§ 5. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Weiterbildungsprogramm erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Programmstart zur Verfügung steht, ist von der Studienleitung nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 6. Zulassung

Die endgültige Entscheidung und Zulassung der Studierenden bei Vorliegen der Voraussetzungen gemäß § 5 und § 6 obliegt gemäß § 60 Abs. 1 UG dem Rektorat.

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

§ 7. Aufbau und Gliederung

Module	ECTS-Punkte
Sales Strategy	6
Sales Performance	6
Es sind die Module des Weiterbildungsprogramms „Customer Journey Management & KI“ im Ausmaß von 12 ECTS-Punkten zu absolvieren.	12
Summe	24

§ 8. Kurse

Die Module können aus mehreren Kursen bestehen. Angaben zu den Kursen sind von der Studienleitung vor dem jeweiligen Programmstart kundzumachen. Detaillierte Informationen sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen.

§ 9. Prüfungsordnung

Für die positive Absolvierung des Weiterbildungsprogramms sind folgende Leistungen zu erbringen:

- Modul I: Positive Absolvierung in Form von 2 prüfungsimmanenten Kursen.
- Modul II: Positive Absolvierung in Form von 2 prüfungsimmanenten Kursen.
- Positive Beurteilung der Module der referenzierten Weiterbildungsprogramme.

Die detaillierten Prüfungsmodalitäten sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen.

§ 10. Evaluierung und Qualitätsentwicklung

Alle Studienangebote sind in das gem. Hochschul-Qualitätssicherungsgesetz zertifizierte Qualitätsmanagement-System der UWK eingebunden. Die Kurse und das gesamte Weiterbildungsprogramm werden durch die Studierenden bzw. Absolvent_innen regelmäßig evaluiert. Die Rückmeldungen von Studierenden und Lehrenden sind maßgeblich für die qualitätsvolle Weiterentwicklung des Studienangebots.

§ 11. Abschluss

Nach der positiven Beurteilung aller Leistungen ist dem_ der Studierenden ein Abschlusszeugnis auszustellen.

Auszug aus Mitteilungsblatt 2026 / Nr. 22 vom 20. April 2026

§ 12. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit Wintersemester 2026/2027 in Kraft.

§ 13. Übergangsbestimmungen

Studierende, die das Weiterbildungsprogramm nach der im Mitteilungsblatt Nr. 60/2023 veröffentlichten Verordnung begonnen haben, können das Weiterbildungsprogramm bis zum Ende des Wintersemester 2027/2028 nach der damaligen Verordnung abschließen.