

58. Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing und Vertrieb“ Akademischer Vertriebsmanager/ Akademische Vertriebsmanagerin (Fakultät für Wirtschaft und Globalisierung, Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften)

§ 1. Weiterbildungsziel

Der Universitätslehrgang hat zum Ziel, den Studierenden das notwendige Wissen und die erforderlichen Kompetenzen auf dem Gebiet des Marketings und Vertriebs zu vermitteln. Die Studierenden werden mit spezialisierten Vertiefungen und anwendungsorientierten wissenschaftlichen Kenntnissen in verschiedenen Aspekten von Marketing und Vertrieb vertraut gemacht. Der Universitätslehrgang trägt auf wissenschaftlicher Grundlage zur fachlichen, beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden bei. Der Schwerpunkt des Studiums liegt in der Auseinandersetzung mit den neuesten Forschungsergebnissen und Umsetzungsmöglichkeiten zum Thema Marketing und Vertrieb. Dabei soll die notwendige Verbindung zwischen Theorie und Praxis in anwendungsorientierten Bereichen von Marketing und Vertrieb in Bezug auf Konzepte, Entscheidungsunterstützung und Verhaltensbeeinflussung, Gesprächsführung, Kundenzufriedenheit, Arbeits- und Analysetechniken des Vertriebs- und Marketing-Controllings hergestellt werden, wobei im Mittelpunkt immer Aspekte des Marketings, Vertriebs und der Kundenorientierung stehen.

Der Universitätslehrgang richtet sich an Führungskräfte und Nachwuchsführungskräfte aus dem Bereich Marketing und Vertrieb sowie AssistentInnen der Vertriebs- und Marketingleitung.

Lernergebnisse:

AbsolventInnen des Universitätslehrganges Marketing und Vertrieb sind nach erfolgreichem Absolvieren des Universitätslehrganges in der Lage,

- allgemeine betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Zusammenhänge aus Marketing und Vertrieb zu erkennen und deren Wirkungsweisen zu interpretieren,
- bestehendes, in der Praxis erworbenes Know-How aus Marketing und Vertrieb in Marketingtheorien einzuordnen,
- marketingbezogene, vertriebsbezogene und allgemeine betriebswirtschaftliche Analysen eigenständig durchzuführen und deren Ergebnisse zu interpretieren,
- Marketingstrategien, Marketing-Konzepte und Vertriebskonzepte zu verstehen,
- Instrumente des Marketings und Vertriebs zu gestalten.

§ 2. Studienform

Der Universitätslehrgang wird als berufsbegleitende Studienvariante und/oder als Vollzeitvariante in Modulform angeboten. Der Universitätslehrgang wird in deutscher Sprache im Blended Learning Modus angeboten.

§ 3. Lehrgangsleitung

(1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.

(2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Universitätslehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

§ 4. Dauer

Der Universitätslehrgang umfasst berufsbegleitend drei Semester mit 60 ECTS Punkten. In der Vollzeitvariante dauert er zwei Semester.

§ 5. Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein abgeschlossenes österreichisches oder gleichwertiges ausländisches Hochschulstudium oder
- (2) allgemeine Hochschulreife und mindestens 2 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position
- (3) bei fehlender Hochschulreife mindestens 6 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position
- (4) und weiters die positive Beurteilung im Rahmen eines Aufnahmeverfahrens

§ 6. Studienplätze

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

§ 7. Zulassung

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

§ 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm ist modulartig aufgebaut und setzt sich aus den Fächern des Kerncurriculums mit 50 ECTS, und der Verfassung einer Projektarbeit mit 10 ECTS zusammen.

Übersicht

Fächer		LV.- Art	UE	ECTS
Fächer Kern-Curriculum				50
1.	Social Competences for Managers (Kommunikation und Kooperation, Moderation von Gruppen, Gruppen- und Teamarbeit)	UE	40	3
2.	Social Competences for Sales Experts (Präsentationstechnik, Verhandlungsführung, Argumentation, Konfliktmanagement, Kommunikation, Motivation, Körpersprache und Rhetorik)	UE	40	5
3.	Sales Skills – Expert Level (Verkaufsprozesse, Einkaufsprozesse, die Rollen des Verkäufers; Verkaufsgespräch, Verhandlungs- und Gesprächstechniken, Einwandbehandlung)	UE	30	3

4.	Basics in General Management (Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, des Rechnungswesens, der Kosten- und Leistungsrechnung, Bilanz, Kalkulation, Finanzplanung)	UE	40	5
5.	Käuferpsychologie und Marktforschung (Konsumentenpsychologie, Organizational Buying Behavior im B2B Marketing; Marktforschungsprozesse, Erhebungsmethoden, Primärforschung, Sekundärforschung)	UE	20	3
6.	Strategisches Marketing und Marketingplanung (Marketingphilosophie; Marktanalysen, Marktsegmentierung und Zielgruppenauswahl, Positionierung und Differenzierung; Marketingstrategien, Marketingziele, Marketingplan; Marketinginstrumente 4 Ps, 7 Ps, Marketing-Mix)	UE	40	5
7.	Vertriebsstrategien und Multichannel Marketing (Distributionspolitik, Vertriebsstrategien und -konzepte, Vertriebsziele, Aufbau eines Vertriebsnetzes, Supply Chain Management; Retail Marketing; Multichannel Marketing, Konflikte im Multichannel Marketing; E-Commerce)	UE	30	5
8.	Digital Marketing (Online Marketing, Social Media Marketing, Collaboration and Data Sharing, Mobile Marketing)	UE	20	3
9.	Vertriebs- und Marketing Controlling (Strategisches und operatives Controlling, Balanced Score Card, Umsatz- und Verkaufsprognosen, Kontrollgrößen und Instrumente des Vertriebs- und Marketing Controlling, Ursachen-Ermittlungen von Abweichungen, Bildung geeigneter Kennzahlensysteme)	UE	40	3
10.	Kundenmanagement und CRM (Kundenmanagement; Kunden-Portfolios, Customer Life Cycle, Customer Centricity und CRM, Kundenzufriedenheit und –loyalität, Kundenbindungsmanagement, CRM Prozesse und CRM Systeme)	UE	40	5
11.	Projektmanagement und Service Excellence (Projektmanagement; Prozessmanagement; Qualitätsmanagement, Total Quality Management; Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, Kundenbegeisterung und Service Excellence)	UE	40	5
12.	Methodische Kompetenzen (Wissenschaftliches Arbeiten, Literaturrecherche, Statistik)	UE	40	5
	Projektarbeit		0	10
	Summe ECTS		420	60

§ 9. Lehrveranstaltungen

Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

§ 10. Prüfungsordnung

- (1) Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen. Die Abschlussprüfung besteht aus:
- Schriftlichen oder mündlichen Fachprüfungen über die Fächer des Kern-Curriculums,
 - der Verfassung und positiven Beurteilung einer Projektarbeit.
- (2) Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt.
- (3) Leistungen aus dem „Leadership and Management, MSc und MBA“, „Controlling and Financial Leadership, MSc“, „Business Controlling, MBA“ und „Professional MBA“ und „Danube Professional MBA“ der Donau Universität Krems sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation der Lehrbeauftragten durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen nach Beendigung des Universitätslehrgangs und
- Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

§ 12. Abschluss

- (1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.
- (2) Der Absolventin oder dem Absolventen ist die Bezeichnung „Akademischer Vertriebsmanager/ Akademische Vertriebsmanagerin“ zu verleihen.

§ 13. Inkrafttreten

Das vorliegende Curriculum tritt mit der Kundmachung in Kraft.

§ 14. Übergangsbestimmung

Studierende, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung zugelassen wurden, schließen nach der Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Marketing und Vertrieb“ im Mitteilungsblatt Nr.14/2013 vom 31. Januar 2013 ab. Mit Zustimmung der Lehrgangsleitung können sie jedoch auch nach der neuen Verordnung abschließen.