



Antrag gem. § 56 UG 2002 und Teil B § 41 der Satzung der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt auf Einrichtung eines **dreisemestrigen** Universitätslehrgangs

**„Strategischer Verkauf & eSales“**

ab dem Wintersemester des Studienjahres 2007/2008 und folgende. Das Curriculum tritt, entsprechend Teil B § 42 Abs. 2 der Satzung der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung im Mitteilungsblatt der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt folgt.

## 1. Bezeichnung des Lehrganges

Universitätslehrgang „**Strategischer Verkauf & eSales**“.

## 2. Satzung

### Artikel 1:

#### **Zielsetzungen/Zielgruppen, Ausbildungs-Standort, Qualitätssicherung und Leitlinien des Universitätslehrganges**

##### 1.1. Zielsetzungen

Aufgrund der hohen Dynamik des Marktes gewinnen strategische und strukturierte Verkaufsprozesse zunehmend an Wichtigkeit. Vor allem für Klein- und Mittelbetriebe stellt der Vertrieb einen Kernprozess dar, dessen Management besondere Beachtung erfordert.

Vor diesem Hintergrund konzentriert sich der Ansatz des strategischen Verkaufs auf Fragestellungen des Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen zu Unternehmen. Beste Produkte und beste Preise allein sind nicht genug, um auf Dauer außerordentliche Ergebnisse zu erzielen. Entscheidend ist nicht das Produkt oder der Preis allein, wesentlich ist die Erkenntnis, dass es sich beim ‚strategischen Verkauf‘ um mehrschichtige Verkaufsvorgänge handelt, um Verkaufsprozesse, in denen die Wahl der richtigen Strategie (Produkt-, Mitbewerbs-, politische Strategie) und das Chancen-, Ressourcenmanagement zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil wird.

Neben der Investition in die betriebswirtschaftliche Fachkompetenz und die Methodenkompetenz im Rahmen von Verkaufs-, Vertriebsprozessen einerseits, spielen Methodenkenntnisse im Bereich der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien im Verkaufsprozess eine wichtige Rolle, da diese im Bereich der Analyse, der gesteuerten Ansprache und im direkten Kundenkontakt enorme Potentiale aufweisen.

Zielsetzung des dreisemestrigen berufsbegleitenden Lehrganges „**Strategischer Verkauf & eSales**“ ist es daher, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aktuelles betriebswirtschaftliches und technisches Wissen zur effektiven Planung, Kontrolle, Steuerung von Verkaufsprozessen zu vermitteln und die wesentlichen Fertigkeiten für die operative Umsetzung zu trainieren.

Durch die Investition in die betriebswirtschaftliche Fachkompetenz und die Methodenkompetenz im Rahmen von Verkaufs-, Vertriebsprozessen einerseits und zudem in die persönliche, sozial-kommunikative Kompetenz andererseits sollen die TeilnehmerInnen mehr Sicherheit in Entscheidungs- und Handlungssituationen im Rahmen des strategischen Verkaufs erlangen.

## 1.2. Zielgruppen

Der ULG „Strategischer Verkauf & eSales“ richtet sich vorwiegend an Unternehmen im Business to Business Geschäft, insbesondere dabei an folgende Zielgruppen innerhalb dieser Unternehmen bzw. deren Geschäftsbeziehungen:

- Führungskräfte im Bereich Verkauf und Vertrieb
- Nachwuchsführungskräfte im Bereich Verkauf und Vertrieb
- High Potentials im Verkauf
- VertriebsassistentInnen
- MitarbeiterInnen im Verkaufsaußen- und –innendienst
- TelefonverkäuferInnen
- Selbständige KaufvermittlerInnen (MaklerInnen, Handelsreisende etc.)

Potentielle TeilnehmerInnen sind somit Personen, die aufgrund ihrer aktuellen bzw. zukünftig angestrebten beruflichen Funktion eine fundierte Ausbildung im Management internationaler Unternehmenskooperationen benötigen, sowie AbsolventInnen wirtschaftswissenschaftlicher Studienrichtungen, die aufgrund ihres Berufsfeldes eine fundierte Ausbildung im selbigen Feld anstreben.

## 1.3. Ausbildungs-Standort des Studienprogramms

Der Lehrgang wird überwiegend an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt bzw. im Lakeside Science & Technology Park Klagenfurt abgehalten. Die Praxisprojekte werden je nach Maßgabe innerhalb unterschiedlicher Unternehmen absolviert.

## 1.4. Qualitätsstandard

Um sich gegenüber dem ständig zunehmenden Angebot in der universitären und außeruniversitären betriebswirtschaftlichen Managementaus- und -weiterbildung profilieren zu können, soll von Beginn an ein hoher Qualitätsstandard angestrebt werden. Dies passiert zum einen durch die Aktualität und wissenschaftliche Fundiertheit der Lehrinhalte, zum anderen durch die hohe fachliche wie didaktische Qualität des Lehrpersonals.

Als Vortragende kommen in diesem Programm in Forschung und Lehre ausgewiesene MitarbeiterInnen der Universität, ExpertInnen aus der Wirtschaft und FachexpertInnen aus den jeweiligen Bereichen zum Einsatz. Die Vermittlung der Lehrinhalte erfolgt in Form von Seminaren mit fallbasierten Unterrichtseinheiten, moderierten Workshops und Planspielen. Die TeilnehmerInnen müssen am Ende jedes Semesters schriftliche Prüfungen absolvieren, wie auch eine kommissionelle Abschlussprüfung am Ende des Lehrgangs. Darüber hinaus muss ein

spezifisches Projekt im unmittelbaren Arbeitsumfeld geplant und realisiert und eine Projektarbeit verfasst und präsentiert werden, die ebenfalls in der Gesamtbeurteilung berücksichtigt wird.

### 1.5. Zusammenfassende Leitlinien für die Ausbildung

Zusammenfassend sind somit folgende Prinzipien für diesen Universitätslehrgang „Strategischer Verkauf & eSales“ als Leitlinien und somit als Zielsetzungen definiert:

- ✓ Modulare, berufsbegleitende erfahrungsbasierte Ausbildung auf Basis des „State of the Art“ wirtschaftswissenschaftlicher und technologischer Forschung sowie den Erfahrungen aus der Praxis.
- ✓ Kombination von aktuellem betriebswirtschaftlichem Wissen mit umsetzungsrelevanter Praxisorientierung.
- ✓ Vermittlung von Sicherheit in komplexen Entscheidungs- und Handlungssituationen des strategischen Verkaufsprozesses.
- ✓ Erweiterung der Fach- und Methodenkompetenz vor allem im Umgang mit elektronischen Verkaufshilfsmitteln.
- ✓ Vermittlung von sozial-kommunikativer Kompetenz zur Bewältigung aktueller Frage- und Problemstellungen im strategischen Verkauf.

### Artikel 2: Dauer und Gliederung des Universitätslehrganges „Strategischer Verkauf & eSales“

Der Universitätslehrgang „Strategischer Verkauf & eSales“ erstreckt sich über die Dauer von insgesamt **drei Semestern**.

In der anschließenden Grafik wird das Lehrgangs-Design visualisiert: Lehrgangsmodule, Inhalte der einzelnen Module und Zeitrahmen. Die TeilnehmerInnen müssen während der Lehrgangsdauer ein spezifisches Projekt in ihrem unmittelbaren Arbeitsumfeld planen und realisieren. Eine Definition und inhaltliche Abstimmung der Projekte findet am Beginn des Lehrgangs statt, sodass eine konzertierte Vorgehensweise sichergestellt werden kann. Die Projektrealisierung wird mittels unterstützender Projekt-Supervision und fallweisem Einzel-Coaching begleitet. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Ausbildung im „Strategischen Verkauf & eSales“ gliedern sich in den drei Semestern wie folgt:

Themenschwerpunkt	Thema	UE	ECTS
<b>Grundlagen</b>	Grundlagen des wiss. Arbeitens	4	0,5
	Strategisches Marketing und Relationship Marketing	16	2
	Operatives Marketing: Marketing Mix	8	1
	Marktforschung und Käuferverhalten I	8	1
	Käuferverhalten II und interkulturelle Awareness	8	1
	Strategischer Verkauf - Grundlagen	16	2
<b>Basic Sales Skills</b>	Persönlichkeitsmodelle im Verkauf	16	2
	Argumentation und Präsentation	12	1,5
	Telefonverkauf	12	1,5
	Verkaufstechniken	12	1,5
	Direktmarketing	16	2
<b>Sprache</b>	Wirtschaftssprache Englisch I	32	4
		<b>160</b>	<b>20</b>
<b>Advanced Sales Skills</b>	Reklamationsmanagement	8	1
	Rechtliche Grundlagen im Verkauf	16	2
	Preisgespräche	8	1
	Partner Marketing/Networking	8	1
	Life Balance	16	2
	Verhandlungen im Grenzbereich	8	1
	Pricing Strategien	8	1
<b>E-Sales</b>	Internet als aktiver Verkaufskanal	8	1
	IT - Tools im Verkaufsprozess	8	1
	Key Account Management mit CRM	16	2
<b>E-Sales Practice</b>	Projektarbeit ( <i>Planung und Konzeption</i> )	18	1
	Projektmanagement	16	2
<b>Sprache</b>	Wirtschaftssprache Englisch II	32	4
		<b>170</b>	<b>20</b>
<b>Sales Management</b>	Vertriebsleiteraufgaben	16	2
	Vertriebscontrolling	16	2
<b>Lerntransfer</b>	Unternehmensplanspiel	24	3
<b>E-Sales Practice</b>	Projektarbeit ( <i>Realisierung, Projektdokumentation und Projektarbeit</i> )	72	9
<b>Sprache</b>	Wirtschaftssprache Englisch III	32	4
		<b>160</b>	<b>20</b>
<b>Summe</b>		<b>490</b>	<b>60</b>

ECTS ... European Credit Transfer System – Punkte<sup>1</sup>

1. Semester

2. Semester

3. Semester

Die einzelnen Lehrveranstaltungen finden an der Universität bzw. im Lakeside Science & Technology Park statt, in 1 bzw. 2 Tages-Blöcken jeweils von Freitag 8.30 bis 18.30 Uhr und Samstag von 8.30 bis 14.30 Uhr.

<sup>1</sup> Der Leistungsumfang wurde unter Anwendung der Richtlinien der Europäischen Kommission zur Anrechnung von Studienleistungen (European Credit Transfer System, ECTS) berechnet. Das ECTS Credit System beinhaltet eine Bewertung aller Programmbestandteile (Module) nach dem gesamten Arbeitsaufwand (Erwerb von Vorkenntnissen, Seminararbeiten, Praktika, Prüfungsvorbereitung etc.) und legt sie auf eine Basis von 1 Credit für den gesamten Arbeitsaufwand von 25 Stunden für die Studierenden um.

### Artikel 3

#### Voraussetzungen für die Aufnahme in den Lehrgang

##### 3.1. Voraussetzungen der Zulassung

Entsprechend den Ausbildungszielen des Universitätslehrganges „**Strategischer Verkauf & eSales**“ sind teilnahmeberechtigt:

- (1) Personen, die sich in Ausübung ihrer Berufstätigkeit mit Fragen des Verkaufs und des Vertriebs beschäftigen, Grundkenntnisse der englischen Wirtschaftssprache aufweisen und über eine zumindest fünfjährige einschlägige Berufspraxis verfügen.
- (2) MaturantInnen allgemeiner oder berufsbildender höherer Schulen sowie Studierende von Universitäten oder Fachhochschulen, die über eine zumindest mehrjährige Berufspraxis verfügen und mit der Teilnahme am Lehrgang ihre Kenntnisse vertiefen möchten, um eine Karriere im Verkauf oder Vertrieb anzustreben.
- (3) AbsolventInnen von Universitäten oder Fachhochschulen sowohl aus wirtschaftswissenschaftlichen, als auch technischen Studienrichtungen, die ihre Studien durch die Teilnahme am Lehrgang ergänzen wollen.

Die Erfüllung der genannten Eingangsvoraussetzungen begründet nicht das Recht, in den Lehrgang tatsächlich aufgenommen zu werden. Die Entscheidung über die Aufnahme in den Lehrgang wird, nach Prüfung der Voraussetzungen, ausschließlich von der wissenschaftlichen Leitung getroffen. Die Lehrgangsleitung ist darüber hinaus berechtigt, eine Anrechnung von Vorkenntnissen aus wissenschaftlichen Aus-, Weiter- bzw. Fortbildungstätigkeiten vorzunehmen. Die Anrechnung darf ein Drittel der gesamten Lehreinheiten des Universitätslehrganges nicht überschreiten.

### Artikel 4

#### Prüfungsordnung

##### 4.1. Schriftliche Fachprüfungen

Die Prüfungsordnung sieht schriftliche Fachprüfungen am Ende des ersten und zweiten Semesters aus folgenden Lehrgangs-Fächern vor (siehe Übersicht):

Prüfungsfach	Semester	Prüfungsmodus
Marketing	1	Schriftliche Prüfung
Strategischer Verkauf	1	Schriftliche Prüfung
Englisch I	1	Mündliche Prüfung
Rechtliche Grundlagen	2	Schriftliche Prüfung
eSales	2	Schriftliche Prüfung
Englisch II	2	Mündliche Prüfung
Führung im Vertrieb	3	Schriftliche Prüfung
Vertriebscontrolling	3	Schriftliche Prüfung
Englisch III	3	Mündliche Prüfung
kommissionelle Abschlussprüfung	3	Mündliche Prüfung

Die schriftlichen Fachprüfungen werden von den jeweiligen Vortragenden im Lehrgang zusammengestellt und beurteilt. Nicht bestandene Prüfungen dürfen höchstens viermal wiederholt werden. Die Wiederholungsprüfungstermine werden von der wissenschaftlichen Leitung festgesetzt.

#### 4.2. Projektarbeit

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrganges ist die Verfassung einer begleitenden „Projektarbeit“ erforderlich. Im dritten Semester ist in Einzel- oder Gruppenarbeit eine problembezogene Projektarbeit durchzuführen und ein schriftlicher Projektbericht zu verfassen, wobei die Planung und Konzeption der Projektarbeit bereits im zweiten Semester stattfindet. Der Zweck ist es, die erworbenen Kenntnisse an einem praktischen Fall zu erproben. Die projektbezogene Arbeit ist zum Thema „Strategischer Verkauf und eSales“ durchzuführen. Die positive Beurteilung des Projektberichtes ist Voraussetzung für die Zulassung zur kommissionellen Abschlussprüfung.

Für die Festlegung des Themas/Projekts und begleitende Unterstützung bei der Bearbeitung dieses Themas/Projekts wird seitens der Lehrgangsleitung ein/e BetreuerIn aus dem Kreis der Vortragenden des Lehrgangs zur Verfügung gestellt. Zur Betreuung und Beurteilung der Projektarbeit ist die wissenschaftliche Leitung oder die/der von ihr beauftragte, qualifizierte Lehrbeauftragte des Programms berechtigt. Zusätzlich kann eine weitere Person aus dem jeweiligen Unternehmen der TeilnehmerInnen zur Betreuung hinzugezogen werden. Die TeilnehmerInnen sind berechtigt, den Projektschwerpunkt und die BetreuerInnen in Abstimmung mit der wissenschaftlichen Leitung selbst vorzuschlagen. Die Dokumentation zur Projektarbeit soll in deutscher Sprache verfasst werden. Die Kernaussagen der Projektarbeit

werden am Ende des Lehrgangs von den VerfasserInnen präsentiert und beurteilt. Die Beurteilung geht in das Schlusszeugnis ein.

#### 4.3. Kommissionelle Abschlussprüfung

Am Ende des Lehrganges ist eine Abschlussprüfung in Form einer mündlichen kommissionellen Gesamtprüfung abzulegen.

#### 4.4. Die Prüfungskommission

Die Prüfungskommission besteht aus der wissenschaftlichen Leitung und VertreterInnen der Lehrbeauftragten des Lehrganges.

#### 4.5. Zulassungsvoraussetzungen zu Prüfungen

Voraussetzungen für die Zulassung zur mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung sind die positive Beurteilung der schriftlichen Einzelprüfungen sowie die des Projektberichtes. Für die Wiederholung von Prüfungen gelten das UG 2002 und die Satzung der Universität Klagenfurt. Erbringen TeilnehmerInnen diese Anwesenheitserfordernisse (mind. 2/3 d. Lehrveranstaltungen) nicht, so kann dies in begründeten Fällen durch eine zusätzliche Seminararbeit über die versäumte Lehrveranstaltung kompensiert werden. Die Entscheidung über die Zulassung zu dieser Prüfungsart obliegt der wissenschaftlichen Leitung und die Beurteilung dieser Seminararbeit erfolgt durch die bestellten LehrveranstaltungsleiterInnen.

Für die Zulassung zur Präsentation der Projektarbeit muss diese spätestens drei Wochen vor dem Präsentationstermin den BetreuerInnen vorliegen und positiv beurteilt werden.

#### 4.6. Beurteilung von Prüfungen

Für sämtliche Prüfungen wird eine fünfteilige Notenskala entsprechend § 73 Abs. 1 UG 2002 angewendet. Zusätzlich wird eine den ECTS-Richtlinien entsprechende Beurteilung angewendet:

<i>Österreich</i>	<i>ECTS-grade</i>	<i>Bewertung</i>
<b>Sehr gut</b>	A	Excellent
<b>Gut</b>	B	Very Good
<b>Befriedigend</b>	C	Good
<b>Genügend</b>	D	Satisfactory
<b>Mangelhaft</b>	E	Sufficient
<b>Nicht Genügend</b>	F	Fail



**Artikel 5****Bezeichnung für die AbsolventInnen des Lehrgangs**

Der Universitätslehrgang „**Strategischer Verkauf & eSales**“ ist mit der bestandenen mündlichen kommissionellen Gesamprüfung abgeschlossen. Für die erfolgreiche Absolvierung des Lehrganges wird von der wissenschaftlichen Leitung ein Zertifikat mit einer Liste aller Fächer einschließlich der ECTS Credits und einer gerundeten Gesamtnote ausgestellt. Diese Gesamtnote ergibt sich als arithmetischer Durchschnittswert aus den nach Credits gewichteten Benotungen aus allen abgelegten Fachprüfungen, der Benotung der Projektarbeit und der Gesamtnote der kommissionellen Prüfung. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Lehrganges sind die Absolventen und Absolventinnen berechtigt, die Bezeichnung „**Akademische/r Sales Professional**“ zu führen.

**Artikel 6****Wissenschaftliche Leitung und Gesamtverantwortung**

Die wissenschaftliche Lehrgangslleitung wird vom Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften auf Vorschlag des Leiters des Biztecs bestellt. Die wissenschaftliche Leitung und somit Gesamtverantwortung für den Universitätslehrgang „**Strategischer Verkauf & eSales**“ wird von einem/einer Angehörigen der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt mit einer *venia docendi* wahrgenommen. Diese zeichnet für die inhaltliche Ausrichtung, den Lehrgangsaufbau, die Gewinnung und Bestellung von Lehrbeauftragten, die laufende Evaluierung und wissenschaftliche/inhaltliche sowie didaktische Weiterentwicklung des Lehrprogramms verantwortlich. Für die Betreuung der TeilnehmerInnen werden jeweils LehrgangsbetreuerInnen eingesetzt, die über die dafür notwendigen Qualifikationen verfügen.