

Modultitel	LV-Titel	ECTS
M1: Salesmanagement	M1-LV1: Vertriebsmanagement und KPI	2
	M1-LV2: Verkaufsstrategien	3
	M1-LV3: Verhandlungsführung und Verkaufsgespräche	2
	M1-LV4: Modulprojektarbeit: Salesmanagement	3
M2: Wissenschaftliche Kompetenzen	M2-LV1: Wissenschaftliches Arbeiten	4
	M2-LV2: Wissenschaftliche Methoden	2
	M2-LV3: Exposé	2
M3: Management von Kundenbeziehungen	M3-LV1: Kundenanalyse und CRM	2
	M3-LV2: Kundenbindungsprogramme	3
	M3-LV3: Interkulturelle Kundenbeziehungen	2
	M3-LV4: Modulprojektarbeit: Management von Kundenbeziehungen	3
M4: Digital Sales	M4-LV1: Digital Marketing und Sales	2
	M4-LV2: Marketing Data Science	3
	M4-LV3: E-Commerce und Mobile Commerce	2
	M4-LV4: Modulprojektarbeit: Digital Sales	3
M5: Leading Sales und Organisation	M5-LV1: Leadership, Kommunikation und Social Skills	3
	M5-LV2: Agilstabile Organisationen	2
	M5-LV3: Entwicklung von Führungskräften	2
	M5-LV4: Modulprojektarbeit: Leading Sales und Organisation	3
M6: Rechtliche Bestimmungen im Sales	M6-LV1: Informationsethik	2
	M6-LV2: Internetrecht	2
	M6-LV3: Vertriebsrecht und DSGVO	3
	M6-LV4: Modulprojektarbeit: Rechtliche Bestimmungen im Sales	3
M7: Psychological Sales	M7-LV1: Neuro und Emotional Selling im Vertrieb	2
	M7-LV2: Markt- und Konsumentenpsychologie	3
	M7-LV3: Werbepsychologie	2
	M7-LV4: Modulprojektarbeit: Psychological Sales	3
M8: Master Thesis	Master Thesis	20
	Abschlusskolloquium	2
		90

Die ECTS-Punkte ergeben sich aus der geschätzten Zeit, die durchschnittlich für die Absolvierung einzelner Lehrveranstaltungen benötigt werden. Ein ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand der Studenten_innen von 25 Arbeitsstunden. Der studentische Gesamtaufwand beträgt damit mindestens 2.250 Stunden.