

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung		
Sustainability Marketing			12-SCRM-262-m01		
Modulverantwortung			anbietende Einrichtung		
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Marketing			Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät		
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module			
5	numerische Notenvergabe	--			
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen			
1 Semester	grundständig	--			
Inhalte					
Für Unternehmen ist es zentral zu verstehen, wie sie ihre Produkte und Dienstleistungen bestmöglich am Markt verkaufen können. Hierzu ist zum einen die Wahl der richtigen Vertriebskanäle und Vertriebspartner zentral. Zum anderen sind strukturierte Ansätze zum Verständnis und Management von Kundenbedürfnissen ("customer relationship management") von ebenso zentraler Bedeutung.					
Studierende lernen in diesem Kurs die Grundlagen des Vertriebsmanagements kennen (z.B. Vertriebskanäle, -organe, -strategien, wie Key Account Management) und diskutieren Konzepte zum Kundenbeziehungsmanagement (z.B. Online Reviews, Beschwerdemanagement, Cross-Selling-Ansätze).					
Qualifikationsziele / Kompetenzen					
Studierende kennen nach diesem Kurs die zentralen Konzepte und Ansätze des Vertriebs- und Kundenbeziehungsmanagements und können diese in der Unternehmenspraxis anwenden.					
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)					
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Englisch					
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)					
a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Portfolioprüfung (ca. 50 Std.) Prüfungssprache: Englisch bonusfähig					
Platzvergabe					
--					
weitere Angaben					
--					
Arbeitsaufwand					
150 h					
Lehrtturnus					
Lehrtturnus: Sommersemester					
Bezug zur LPO I					
--					
Verwendung des Moduls in Studienfächern					
keinem Studiengang zugeordnet					