

	<b>Fakultät</b> Maschinenbau und Werkstofftechnik	Modulbeschreibung
	<b>Studiengang</b> Leadership in Industrial Sales and Technology	
	<b>Modulkoordinator</b> Prof. Dr. Arndt Borgmeier	

<b>Modul-Name</b>		Professional Sales and Negotiations				<b>Modul-Nr : 23402</b>	
<b>CP</b>	<b>SWS</b>	<b>Workload</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Angebot Beginn</b>	<b>Sem</b>	<b>Dauer</b>
5	4	150	60	90	<input type="checkbox"/> Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester		<input checked="" type="checkbox"/> 1 Semester <input type="checkbox"/> 2 Semester Semester
<b>Angestrebter Abschluss</b>			<b>Modultyp (PM/WPM/WM)</b>		<b>Studienabschnitt</b>	<b>Einsatz in Studiengängen</b>	
Master of Engineering			WM - Wahlmodul		HS - Hauptstudium	IST	
<b>Form der Wissensvermittlung</b>			<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Labor <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Referat, Bericht				
<b>Zugangsvoraussetzung</b>			Modul: - Prüfung: -				

Enthaltene Teilmodule / Lehrveranstaltungen							
Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
23441	Verhandlungstraining	Jürgen Rimark	S	2	2		PLK 60
	<b>Teilmodultyp (PM/WPM/WM)</b>	<b>Studienabschnitt</b>		<b>Einsatz in Studiengängen</b>			benotet
	WM - Wahlveran	HS - Hauptstudium		IST			

Fach-Nr.	Titel des Teilmoduls / Lehrveranstaltung	Lehrende	Art	SWS	CP	Sem	Teilmodulprüfung Art / Dauer / Benotung
23442	Busineaa to Business Sales Practices	Prof. Dr. Arndt Borgmeier/ n.n.	S	2	3		PLP 60
	<b>Teilmodultyp (PM/WPM/WM)</b>	<b>Studienabschnitt</b>		<b>Einsatz in Studiengängen</b>			benotet
	WM - Wahlveran	HS - Hauptstudium		IST			
<b>Zugelassene Hilfsmittel</b>		wird in den Lehrveranstaltungen bekannt gegeben					

## Lernziele / Kompetenzen

### **Fachkompetenz:**

Die Studierenden können Verkaufs-, Preis- und Abschlussverhandlungen vorbereiten und argumentativ führen, indem sie die erlernten Kommunikations- und Fragetechniken sowie eine strategische Gesprächsführung anwenden. Sie sind in der Lage, auf Taktiken der Einkäufer zu reagieren. Sie können Aufträge professionell klären, neurologisch wissenschaftliche Erkenntnis im Verkauf miteinbeziehen, Transaktionen im Verkauf analysieren und Neuro-linguistisches Programmieren im Verkauf einsetzen.

Im Bereich des B2B Verkaufsprozesses können die Studierenden Vertriebsphasen(modelle) anwenden. Sie sind fähig, Verkaufsverhandlungen unter Wettbewerbsbedingungen vorzubereiten, durchzuführen, zu beurteilen und das Erlernte bei zukünftigen Aufgabenstellungen zu berücksichtigen. (Regelkreis). Sie wenden dabei die erlernten Informations- und Kommunikationstechniken sowie vertriebliche Überzeugungsmethoden reflektiert an. Sie können verschiedene Argumentationsweisen abrufen, darstellen und anwenden. Die Studierenden sind fähig, eigenes Verhalten zu reflektieren und zu optimieren.

### **Überfachliche Kompetenz:**

Die Studierenden stärken ihre Persönlichkeit und Selbstwirksamkeit, sie erweitern ihre Menschenkenntnis, erfahren Wertschätzung und Anerkennung, Empathie und Sympathie und können diese gegenüber anderen äußern. Mittels ihrer geschulten Kommunikationsfähigkeit können sie gezielt auf ihre Gesprächspartner eingehen.

In der intensiven Interaktion und Gruppenarbeit erleben die Studierenden rollenspezifisch ihre Interaktion mit anderen und können Konsequenzen für den weiteren Verhandlungsverlauf daraus ziehen.

### **Sozialkompetenz:**

Die Studierenden erleben intensiv (simulierte) Interaktion und Gruppenarbeit und erleben rollenspezifisch Ihr Tun, Ihre Interaktion mit anderen und Konsequenzen für den weiteren Verhandlungsverlauf daraus.

Sie erkennen und stärken die eigene Persönlichkeit, Selbstwirksamkeit, Menschenkenntnis, Wertschätzung und Anerkennung, Empathie und Sympathie für sich und andere, das Eingehen auf Gesprächspartner und stärken die eigene Kommunikationsfähigkeit.

Kompetenzbereich	Schwerpunkt	Teilschwerpunkt	In geringen Anteilen
Fachkompetenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Methodenkompetenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sozialkompetenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Lehrinhalte

### **23441**

Vom Verhandlungsteilnehmer/in zum Verhandlungsführer/in und argumentative Kompetenz gezielt und überzeugend einsetzen.

Souveräne Reaktion auf unfaire Angriffe und Einwände.

Aufsteigende Emotionen und Stress im Griff haben und über die gewaltfreie Argumentation wieder auf die Sachebene zurückkommen.

Wesentliche Bausteine sind:

Einführung in das Thema: Allgemeines und Wissenswertes über Verhandlungen

Die Wichtigkeit des eigenen Ichs

Wichtige Erkenntnisse für die Verhandlungs-Kommunikation

Wichtige Punkte für die Gesprächsführung

Die erfolgreiche Argumentation

Souveränität bei unfairen Angriffen und Einwänden

Verhandlungen zur Auftragsklärung

Das Auftragsklärungsgespräch mit dem Kunden

Verhandlungen in Preisgesprächen

Das strategische Preisgespräch

Der Abschluss – die logische Konsequenz

Das Seminar ist praxisorientiert aufgebaut. Aktive Lerneinheiten, intensive Rollenspiele mit praktischen Übungen, Tipps und Transferhilfen sowie Reflexionsrunden bilden die Basis für hohe Interaktivität und Effizienz. Praxisnahe Verhandlungssituationen werden adressiert und simuliert.

**23442**

Wissensbausteine und Übungsphasen besonders in englischer Sprache zu:

Organisational Buying, Customer Types, Hard-/ Soft Selling

Selling Methods: Miller Heiman, Solution selling, Power-base selling, SPIN selling, Neuro-selling

Phase oriented approaches e.g. European Sales Contest recommendations:

- 1) Gathering Information  
eg. on Product, Customer, Competitors, Terminology (English)
- 2) Preparation  
Define strategy (time, selling method, etc.), product presentation, prepare material (PPT, brochure, etc.), Emergency Action Plan (set phrase, etc.)
- 3) Convincing the customer:  
Analyse the customer type, gain trust, product presentation, benefits and values  
set up an appointment
- 4) Closing the deal:  
Gathering information, analyse and structure, (Harvard) negotiation principles, questioning techniques, price negotiation, closing techniques

<b>Sprache</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Chinesisch <input type="checkbox"/> Portugiesisch <input type="checkbox"/> Russisch
<b>Literatur</b>	23441: Skript 23442: European Sales Contest Student Handbook, weiter Quellen überwiegend in englischer Sprache
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	23441: PLK 60 23442: PLP 60
<b>Bemerkungen / Sonstiges</b>	Ggf. begrenzte Teilnehmerzahl und Selektion notwendig
<b>Letzte Aktualisierung</b>	10.09.2015 Borgmeier