Office Management und Vertrieb

Office-Management · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	6 Monate in Vollzeit oder 12 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Schaffe effektive Abläufe im Büro und sorge so dafür, dass Zeit für das Wesentliche bleibt. Mit Deiner Weiterbildung Office Management und Vertrieb wirst Du zur gefragten Fachkraft, die Büroorganisation und Vertriebsstrategien meistert.

Du lernst die Kunst der digitalen Bürokommunikation genauso wie Veranstaltungsmanagement und Feel Good Management. Zusätzlich erfährst Du, wie Du mit kollaborativem Arbeiten ein harmonisches Umfeld schaffen kannst. Anschließend tauchst Du in die Welt des angewandten Vertriebs ein. Du wirst die Fähigkeiten erlernen, um Vertriebsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Mit Deiner Online-Weiterbildung sorgst Du in jedem Büro für den Durchblick. Du wirst nicht nur die Büroorganisation meistern, sondern auch die Vertriebsstrategien, die zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Damit wirst Du zur gefragten Fachkraft, die in der Lage ist, sowohl im Büro als auch im Vertrieb zu glänzen.

02 Lehrplan & Module

1. Büromanagement: Einführung

Office Manager spielen eine wichtige Rolle in der strukturierten und effizienten Organisation von Unternehmen, Organisationen und Behörden. Sie sorgen nicht nur dafür, dass Büroprozesse nahtlos ineinandergreifen, sondern tragen auch maßgeblich zu einem positiven Arbeitsklima bei. Die Teilnehmenden erlangen eine umfassende Kompetenz in Bezug auf Büroverwaltung und Teamorganisation. Das Fundament für ein erfolgreiches Office Management wird gelegt, indem sowohl die Grundlagen der Büroorganisation und -assistenz als auch betriebswirtschaftliche Grundkonzepte behandelt werden. Die Teilnehmenden werden in die Rolle und Aufgabenbereiche des Office Managements eingeführt und erhalten einen Überblick über relevante betriebswirtschaftliche Fakten und Abläufe.
Kursinhalte
Strukturelle und organisatorische Rahmenbedingungen Unternehmensformen und -Ziele
Agile Leadership: Führungsstile und -techniken
Grundlagen des modernen Büromanagements Rollen, Verantwortlichkeiten und Prozesse
Team-Management: Kompetenzen und Kommunikation
Organisatorische und rechtliche Rahmenbedingungen Grundlagen Personal- und Rechnungswesen
Grundlagen Zivil- und Arbeitsrecht
Betriebswirtschaftliche Prozesse im Kontext des Büromanagements Planung, Organisation und Controlling
Angebots- und Auftragsmanagement
Customer Relations Management Instrumente der Kundenakquise und -Bindung
Digitale CRM-Tools und -Plattformen
Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement Nachhaltigkeitsmanagement und CSR
Ressourceneffizienz und Controlling
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

2. Büromanagement: Vertiefung

Office Manager spielen eine wichtige Rolle in der strukturierten und effizienten Organisation von Unternehmen, Organisationen und Behörden. Sie sorgen nicht nur dafür, dass Büroprozesse nahtlos ineinandergreifen, sondern tragen auch maßgeblich zu einem positiven Arbeitsklima bei. Die Teilnehmenden erlangen eine umfassende Kompetenz in Bezug auf Büroverwaltung und Teamorganisation. Es werden Aspekte der Teamunterstützung, Kommunikation und Zusammenarbeit, des Wohlbefindens sowie digitaler Kompetenzen im Office Management vermittelt. Die Teilnehmenden lernen, wie sie effektiv mit Kollegen und Vorgesetzten interagieren, ihre Leistung optimieren und dabei ihr Wohlbefinden im Blick behalten sowie digitale Werkzeuge zur effizienten Gestaltung des Büroalltags nutzen können.
Kursinhalte
Digital Office Management Dokumenten- und Informationsmanagement
Digitale Programme, Tools und Trends
Digitale Bürokommunikation Virtuelle Kommunikation, Video Conferencing und KI
Datenschutz und IT-Sicherheit
Business-Decision-Management Entscheidungsmanagement und -techniken
Arbeits- und Organisationspsychologie
Backoffice-Management Team-Support und -Management
Medien-, Event- und Business-Travel-Management
Happiness- und Feel-Good-Management Konfliktmanagement und Mediation
Interkulturelle Teams und Diversity Management
Leistung und Wohlbefinden in der Arbeitswelt 4.0 Zeit- und Meetingmanagement
Selbstorganisation und Work-Life-Balance
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

3. Kollaboratives Arbeiten

Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.
Kursinhalte
Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt
Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen
4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected
Eigenes Lernverhalten überprüfen
Networking & Kooperation Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen
Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau
Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen
Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen
Performance in (virtuellen) Teams Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement
Team Building und Team Flow
Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement
Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
Kommunizieren und überzeugen Kommunikation als soziale Interaktion
Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten
Die Haltung macht’s: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren
Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren
Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren
Konfliktpotenziale erkennen –Konflikte handhaben –wirksam verhandeln Vielfalt respektieren – Chancen nutzen
Empathie für sich und andere entwickeln
Systemische Lösungsarbeit und Reframing
Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen
Eigene Projekte realisieren Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren
Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit
(Selbst-)Coaching und Inneres Team
Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation
Eigene Ressourcen mobilisieren Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren
Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität
Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

4. Interaktion und Kommunikation in Organisationen

Für den Erfolg einer Organisation spielen intakte Kommunikationsprozesse eine entscheidende Rolle: Zum einen gewährleistet eine gelungene interne Kommunikation die zielführende Weitergabe von Informationen, die Führung eines Teams oder den Zusammenhalt der Mitarbeiter. Zum anderen entscheidet eine professionelle externe Kommunikation, wie ein Unternehmen von Medien, Stakeholdern und Kunden wahrgenommen wird. Dabei sehen sich Unternehmen heutzutage mit zunehmend verschärften Kommunikationsbedingungen konfrontiert sowie mit einem extremen Anstieg des Kommunikationsangebots. In diesem Kurs werden zunächst wesentliche Begriffsbestimmungen zur Unternehmenskommunikation vorgenommen sowie die Kommunikationsmittel, -prozesse und Vorgaben innerhalb einer Organisation beleuchtet. Des Weiteren geht es darum, Strategien, Vertrauen und Glaubwürdigkeit auszubauen und Krisen zu entschärfen. Abschließend wird die Verwendung diverser digitaler Kommunikationskanäle sowie Methoden zur Messung erfolgreicher Unternehmenskommunikation diskutiert.
Kursinhalte
Begriffsbestimmung und Geschichte Was gehört zur Unternehmenskommunikation?
Überblick Entwicklung der Unternehmenskommunikation
Strukturelle Aspekte der Unternehmenskommunikation Kommunikationsformen
Kommunikationshierarchien
Kommunikationskanäle
Kommunikationsprozesse
Vertrauen und Glaubwürdigkeit Definition von Vertrauen
Wertschätzende Kommunikation
Organisationskultur und Verhaltensregeln
Psychologische Verträge
Change- und Krisenmanagement Kommunikation im Change
Kommunikation zur Konfliktlösung
Gerüchte
Win-Win-Lösungen erzielen
Kommunikation mit Medien Pressearbeit
Das Unternehmen als Marke
Impression Management
Kommunikation über soziale Medien
Kommunikation mit Zahlen und Statistiken
Rechtliche Aspekte der Kommunikation Politisch korrekte Kommunikation
Transparente Kommunikation
Datenschutz
Messung erfolgreicher Kommunikation Mitarbeiterbefragungen
360 Grad Feedback
Bewertung anhand von Kennzahlen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

5. Angewandter Vertrieb I

Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.
Kursinhalte
Grundlagen des angewandten Vertriebs Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs
Marketing als Basis des Vertriebs
Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe
Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
Das Vertriebssystem Verkaufsformen
Vertriebsorganisation
Key-Account-Management
Mehrkanalvertrieb
Persönlicher Verkauf Die „neuen Verkäufer“
Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
Der Key-Account-Manager
Aufgabe von Vertriebsführungskräften
Verkaufsplanung Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien
Neukundenakquise Identifikation von Neukundenpotenzialen
Customer Relationship Management und Kundengewinnung
Messen und Events
Networking
Der Verkaufsbesuch Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
Besuchsdurchführung
Besuchsberichte und Nachbereitung
Nachbetreuung und Follow-up
Taktik der Gesprächsführung Strukturierte Gesprächsvorbereitung
Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S-Modell
Fragetechniken
Verhandlungen führen Psychologie des Verhandelns
Verhandlungsaufbau
Einwandbehandlung
Preisverhandlungen
Weitere Verkaufskanäle Telefonverkauf
Katalog- und Prospektverkauf
Internet und E-Commerce
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Modulklausur, 90 Minuten

6. Angewandter Vertrieb II

In diesem Kurs werden die Kenntnisse im Bereich "Angewandter Vertrieb" ergänzt und vertieft. Hierbei wird zunächst das Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb genauer beleuchtet. Darauf aufbauend werden wesentliche Hintergründe und zentrale Zielgrößen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement (bspw. Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Kundenlebenszyklus) hergeleitet und operationalisiert, um so die Basis für ein effizientes und effektives Customer Relationship Management herzustellen. Im weiteren Verlauf wird das Augenmerk auch auf psychische Prozesse und das Konsumentenverhalten im Allgemeinen gelegt. Zudem werden Strategien und Wege zur erfolgreichen Verhandlungsführung vertieft und um überzeugende Kommunikationstechniken ergänzt. Eine Fallstudie, in deren Verlauf die Studierenden die Möglichkeit haben, das Gelernte praxisgerecht anzuwenden, rundet den Kurs ab.
Kursinhalte
Marketing und Vertrieb Aufgaben und Funktionen des Marketings
Vertriebsmarketing in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
Relationship Marketing
Internationales Marketing und Vertriebskooperationen
Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor Customer Relationship Management (CRM)
Die Erfolgskette des CRM
Kundenbeziehungsstrategien
Persönlichkeiten im Vertrieb Verkaufspersönlichkeiten und Differenzierung
Verkaufen in Teams
Verhandeln mit Gremien
Kundenorientierte Kommunikation Kommunikationsaufgaben im Vertrieb
Verkaufsförderung durch Vertriebsmitarbeiter
Verkaufsförderung im Team
Verkaufsförderung durch das Unternehmen
Präsentation und Rhetorik Rhetorik im Verkauf
Präsentationstechniken
Nonverbale Kommunikation
Kundenbindung Kundenbindungsmanagement
Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
Beschwerdemanagement
Networking Netzwerkkompetenzen im Unternehmen
Aufbau und Gestaltung von Beziehungen
Networking über soziale Medien
Fallstudie iq media marketing Die Marktsituation
Die Vermarktungssituation
iq media marketing und iq digital media marketing
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Modulklausur, 90 Minuten

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Office-Manager, Vertriebsmitarbeiter Innendienst, Sales Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen