

Dienstleistungskonzeptionen				
<i>Service Positioning</i>				
Modulnummer	Workload	Credits	Häufigkeit des Angebots	Dauer
31561	300 h	10	jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen			
	Einheit	Titel		Workload
	1	Dienstleistungskonzeptionen		300 h
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen			
	<p>Das Modul bereitet auf das Verstehen, Gestalten und Weiterentwickeln von Geschäftsmodellen im Dienstleistungsbereich vor.</p> <p>Die Studierenden erlangen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die Fähigkeit das Management von Dienstleistungsunternehmen vom Management von Sachgüterproduzenten zu unterscheiden. 2. die Fähigkeit systematische Vorgehensweisen, Methoden und Instrumente anzuwenden lernen, um Dienstleistungen zu konzipieren und zu positionieren. 3. Kenntnisse, wie der Leistungserstellungsprozess zu gestalten ist, so dass das Leistungsversprechen erfüllt werden kann. 4. die Fähigkeit Methoden zur Bewältigung der Gestaltungs- und Steuerungsaufgabe anzuwenden. 5. Kenntnisse über zentrale, den Dienstleistungsbereich betreffende, ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theorien, welche sie dazu befähigen, Zusammenhänge zu verstehen und praxisorientiert Handlungsalternativen zu entwickeln. <p>Zur Orientierung der Studierenden sind jedem Lehrtext Lernzielkataloge vorangestellt, die auf der Ebene der einzelnen Kapitel detailliert werden. Zur Überprüfung der Erreichung dieser Lernziele sind in jedem Lehrtext Übungsaufgaben mit Lösungen enthalten.</p>			
3	Inhalte			
	<p>Das Modul macht die Studierenden mit den zentralen Entscheidungen im Rahmen des Dienstleistungsmanagements vertraut.</p> <p>Dienstleistungsmanagement und Kundenintegration (50 h)</p> <p>Nach einem Überblick über die Bedeutung von Dienstleistungen in der heutigen Wirtschaft werden die Immaterialität von Dienstleistungen und insbesondere die Mitwirkung des Kunden im Dienstleistungsprozess als konstitutive Besonderheiten von Dienstleistungen herausgestellt. Es wird eine Typologie vorgestellt, um die Heterogenität des Dienstleistungssektors zu durchdringen und die daraus resultierenden Managementaufgaben der Gestaltung, Steuerung und Entwicklung von Dienstleistungsunternehmen zu konkretisieren. Es werden die Konsequenzen der Integrativität von Dienstleistungen für Marketing, Produktion und Organisation aufgezeigt.</p> <p>Strategische Entscheidungen im Dienstleistungsmanagement (100 h)</p> <p>Dauerhafte Wettbewerbsvorteile ermöglichen das langfristige erfolgreiche Agieren am Markt und bilden die Basis für Unternehmensgewinne. Nach einem theoretischen Überblick über die Komponenten des Wettbewerbsvorteils wird gezeigt, wie das Unternehmen durch die strategische Gestaltung seines Marktes und seiner Geschäftsfelder die Basis zur Realisation von Wettbewerbsvorteilen schafft. Hierzu erwerben die Studierenden Kenntnisse hinsichtlich verschiedener Wertschöpfungskonfigurationen und deren strategischen Managements im Dienstleistungsbereich.</p> <p>Management von Leistungsversprechen (50 h)</p> <p>Die Qualität der Leistung von Dienstleistungen manifestiert sich im Zeitpunkt der Nutzung, so dass den Leistungsversprechen des Anbieters Unsicherheiten auf Seiten des Kunden gegenüberstehen. Es wird</p>			

	<p>aufgezeigt, wie Leistungsversprechen für Dienstleistungen zu gestalten sind. Hierzu werden Maßnahmen zur Bewältigung von Kundenunsicherheiten präsentiert und deren praktische Umsetzung an Gestaltungsinstrumenten, wie etwa Dienstleistungsgarantien und Dienstleistungsmarken verdeutlicht.</p> <p>Management von Leistungserstellungsprozessen (50 h)</p> <p>Der Dienstleistungsprozess ist durch die Mitwirkung des Kunden gekennzeichnet, was den Dienstleister vor besondere Herausforderungen bei der Gestaltung und Steuerung von Dienstleistungsprozessen stellt. Im Lehrtext werden auf der Basis des Instruments ServiceBlueprint™ Grundprinzipien für die Gestaltung von Dienstleistungsprozessen herausgearbeitet und anhand von Praxisbeispielen erläutert. Hierbei wird auf verschiedene Prozessebenen Bezug genommen und diese im Hinblick auf eine optimale Gestaltung des Kundenkontakts herausgearbeitet.</p> <p>Management von Leistungspotenzialen – Ressourcenmanagement (50 h)</p> <p>Im Rahmen des Leistungspotenzials werden die Voraussetzungen geschaffen, um Dienstleistungen erfolgreich am Markt anzubieten. Im Mittelpunkt des Modulteils stehen das Management von Produktionskapazitäten, die Mitarbeitersteuerung sowie die zielgerichtete Wahl der Organisationsform. Hierbei werden auf der Basis verhaltenswissenschaftlicher und ökonomischer Theorien praxisrelevante Konzepte und Modelle vorgestellt.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fernstudium: Studienbrief mit Übungsaufgaben, aufgezeichnete Mini-Vorlesungen zu ausgewählten Themen, asynchrone Online-Tutorien, in denen klausurtypische Aufgaben bearbeitet werden können, asynchrone Klausur-Kolloquien, in denen Lösungen von Altklausuraufgaben vorgestellt werden, MC-Aufgaben, um das Wissen zu festigen und Q&A Online-Meeting zur Klausurvorbereitung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges</p> <p>Inhaltlich: Keine speziellen Voraussetzungen. Kenntnisse der Pflichtmodule aus dem Bachelor-Studiengang sind hilfreich.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Zweistündige Abschlussklausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Die Leistungspunkte werden vergeben, wenn die Prüfungsklausur bestanden worden ist. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsklausur ist das Bestehen mindestens einer von zwei Einsendearbeiten.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls</p> <p>Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaft Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft Masterstudiengang Volkswirtschaft Masterstudiengang Wirtschaftsinformatik Akademiestudium</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Gemäß Prüfungsordnung des jeweiligen Studienganges</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Univ.-Prof. Dr. Sabine Fließ</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>–</p>