

**Studiengang: BWL-
DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT
Studienplan (Langfassung)
(Stand: August 2011)
Studienfach: Betriebswirtschaftslehre**

1. Studienjahr		
1. Sem.:	Grundlagen der Dienstleistungs- betriebswirt- schaftslehre	<p>Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre: Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System – Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der BWL – Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre – Unternehmensumwelt – Managementphilosophie, Vision, Ziele, Entscheidungen – Kernfunktionen des Managements – Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung – Konzentration und Kooperation – Standortentscheidungen – Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses um Überblick</p> <p>Einführung in das Dienstleistungsmanagement: Begriff, Charakteristika, wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen – Beschäftigungsstruktur im Dienstleistungssektor – Servicequalität – Wertschöpfungsprozess im Dienstleistungssektor – Interaktionsintensitäts-Typen im Dienstleistungs-Erstellungsprozess – Service Design (Prozessanalyse, Service Blueprinting, Prozesssteuerung/-organisation incl. Kapazitätsmanagement und Gestaltung der Kundenmitwirkung) – Beziehungsaufbau und -pflege zu Subdienstleistern – Ansätze zur Steigerung der Flexibilität in der Dienstleistungsproduktion – Ansätze zur Standardisierung der Dienstleistungsproduktion – Kundeneinbeziehung in die Dienstleistungsentwicklung (lead-user-Konzept) – aktuelle Trends im Dienstleistungssektor</p>
	Informations- grundlagen des Dienstleistungs- marketing	<p>Käuferverhalten: Besonderheiten des Käuferverhaltens bei Dienstleistungen – Determinanten des Verhaltens privater Käufer – Konsumentenverhaltens-Theorien und -Modelle – Käuferverhalten von Organisationen (Buying-Center-Konzept, organisationaler Einkaufsprozess)</p> <p>Marketingforschung in der Dienstleistungs-Branche: Erhebungsdesign Aufgaben der Marketingforschung – Untersuchungsobjekte der Marketingforschung im Dienstleistungssektor – Messmethoden – Methoden der Stichprobenziehung – Sekundärforschung – Methoden der Primärdatenerhebung – Datenaufbereitung – Forschungsethik bei der Datenerhebung</p>
2. Sem.:	Grundfunktionen der Betriebswirt- schaftslehre	<p>Kernelemente der internen Wertschöpfung: Materielle und immaterielle Güter – Beschaffung – Produktion von Sach- und Dienstleistungen – kunden-integrative Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen – Lagerwirtschaft – Logistik – Entscheidungskalküle</p> <p>Kosten- und Leistungsrechnung: Produktions- und kostentheoretische Grundlagen – Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung – Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung – Betriebsergebnisrechnung – Entscheidungen mit Kostenrechnungsdaten</p>
	Strategisches und operatives Dienstleistungs- marketing	<p>Ziele und Strategien des Dienstleistungsmarketing: Begriff und Gegenstand des ziel-strategischen Marketing – Strategische Analyse- und Planungskonzepte im Dienstleistungsmarketing – Strategische Analysemethoden (z.B. Umwelt-, Unternehmens- und SWOT-Analyse, Strategische Frühaufklärung, Szenario-, Wettbewerbs-, Positionierungs-,</p>

		<p>Lebenszyklus-, Portfolio- und Wertkettenanalyse) – Ziele im Dienstleistungsmarketing – Strategien im Dienstleistungsmarketing (Begriff, Strategiekonzepte, Arten von Strategien, z.B. Segmentierungs- bzw. Zielgruppenstrategien einschl. Ansätze zur Bildung und Auswahl von Marktsegmenten sowie zur Abgrenzung strategischer Geschäftsfelder, Marktbeeinflussungsstrategien [Preis-Mengen- vs. Präferenzstrategie], Marktfeldstrategien nach Ansoff, Internationalisierungs-, Kooperations- und Timingstrategien)</p> <p>Instrumente des Dienstleistungsmarketing: Marketing-Mix im Dienstleistungsmarketing: Die 7Ps Leistungspolitik – Preispolitik – Distributionspolitik – Kommunikationspolitik – Physical Facilities (Ausstattungsplanung) – Prozesspolitik – Personalmarketing; Beschaffungsmarketing – Marketing-Organisation und -Implementierung – Optimierung des Marketing-Mix</p>
--	--	---

2. Studienjahr		
3. Sem.:	Unternehmensrechnung	<p>Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse: Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses – bilanzielle Rechtsgrundlagen – Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung – Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften – Internationale Rechnungslegungsregeln (IAS/IFRS) im Überblick – Grundzüge der quantitativen und qualitativen Jahresabschlussanalyse</p> <p>Finanzierung und Investition: Finanzwirtschaftliche Ziele und Aufgaben – Finanzmärkte, Finanzinstitutionen und kapitalmarktorientierte Informationssysteme – Finanzierungsarten und Finanzierungsquellen – Finanz- und Liquiditätsplanung – Grundlagen der Investitionsplanung – Verfahren der Investitionsrechnung</p> <p>Betriebliche Steuerlehre: Steuersystem – Besteuerungsverfahren – Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer) – Besteuerungswirkungen ausgewählter betrieblicher Entscheidungen – Europäische Steuerharmonisierung</p>
4. Sem.:	Organisation und Personal	<p>Grundzüge der Unternehmensorganisation: Organisationstheorie und Organisationspraxis – Formen der Aufbau- und Ablauforganisation – Neuere Entwicklungen der Unternehmensorganisation – Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit</p> <p>Betriebliche Personalarbeit: Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit – Personalbedarfsplanung – Personalbeschaffung, Personalabbau – Personaleinsatz – Entlohnung und betriebliche Sozialpolitik – Personalentwicklung – Grundzüge des Personalmarketings</p>
3. + 4. Sem.:	Steuerungsinstrumente des Dienstleistungsmanagement	<p>Quantitatives Dienstleistungsmanagement /-marketing (Dienstleistungscontrolling, Marketingforschung: Datenanalyse): <u>Dienstleistungscontrolling:</u> Konzeptionen, Aufgaben, Instrumente und Organisation des Dienstleistungscontrolling – Exemplarische Vertiefungen und aktuelle Probleme des Controlling, der Kostenrechnung und des Kostenmanagements im Dienstleistungsbetrieb (z.B. Plankosten- und Entscheidungsrechnungen, Prozesskostenmanagement, Kennzahlenanalyse/ Performance Measurement, Kundenwertanalyse, Marketing-/ Vertriebscontrolling);</p> <p><u>Marketingforschung (Datenanalyse):</u> Datenerfassung und -aufbereitung (z.B. mit SPSS) – Datenauswertung (z.B. mit SPSS) unter Anwendung ausgewählter uni-, bi- und multivariater Analyseverfahren – Interpretation der Ergebnisse empirischer Studien im Dienstleistungsbereich</p>

		<p>Ausgewählte Instrumente des Dienstleistungsmanagements: Ausgewählte branchenspezifisch auszugestaltende Systeme und Instrumente des Dienstleistungsmanagements, wie z.B. Innovationsmanagement – Qualitätsmanagement – Vertriebs- und Auftragsmanagement – Wissensmanagement – Eventmanagement – Kundenmanagement/ CRM – Beschwerdemanagement – Kommunikationsmanagement – Operations Research</p>
--	--	--

3. Studienjahr		
5. + 6. Sem.:	Integriertes Management	<p>Unternehmensführung: Normatives Management – Strategisches Management – Operatives Management – Managementsysteme Mitarbeiterführung: Unternehmenskultur – Führungsstile, Führungsmodelle – Anreizsysteme – Konfliktmanagement – Kommunikation und Motivation</p>
	Integrationsseminar zu ausgewählten Managementthemen	<p>Integrationsseminar zu ausgewählten Dienstleistungsmanagement-/marketing-Themen: Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre oder alternativ Entwicklungen des Dienstleistungsmarketing/-managements wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.</p>
	Wahlfach I	Siehe Wahlfächerliste
	Wahlfach II	Siehe Wahlfächerliste