

## Dienstleistungsmarketing

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
1	ein Semester/ einmal jährlich	Wahlpflicht- fach	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Referate/Vortrag

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. I. Bormann

### Voraussetzung für die Teilnahme

Masterstudent Strategisches Management

### Lehrinhalte

Begriffliche Abgrenzungen und konzeptionelle Grundlagen des strategischen und operativen Dienstleistungsmarketings, Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketing, Aspekte zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung

### Kompetenzziele

Die Studierenden kennen die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings, sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Fragestellungen der Marketingpraxis anzuwenden und selbständig zu beantworten. Ziel der Veranstaltung sind Herausforderungen und Probleme, die sich bei der Vermarktung von Dienstleistungen ergeben, zu lösen.

### Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Vorlesung ergänzt um Vorträge und Fallstudien

### Literatur

Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten: Dienstleistungsmarketing – Grundlagen – Konzepte – Methoden, 9. Auflage, Springer Verlag, 2018.

### Dozent(in)

Prof. Dr. I. Bormann

### Unterrichtssprache

deutsch

### Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen

Masterthesis