

## **Gliederung Vorlesung „BWL der Dienstleistungen“**

### **1. Wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen**

1. Definitionen
2. Dienstleistungen als Wirtschaftssektor - Volkswirtschaftliche Betrachtung des Dienstleistungssektors
3. Dienstleistung als Erfolgsfaktor im Unternehmen. Betriebswirtschaftliche Betrachtung des Dienstleistungssektors
4. Kundenorientierung vs. Produktorientierung

### **2. Dienstleistungs-Marketing**

1. Begriff des Marketing und des Marketing-Mix
2. Marketingrelevante Besonderheiten der Dienstleistung
3. Einsatz der Marketing-Instrumente in Dienstleistungsunternehmen

### **3. Begriff und Systematisierung von Dienstleistungen**

1. Leistungstypologische Einordnung von Dienstleistungen
2. Begriffliche Definitionsansätze von Dienstleistungen
3. Systematisierung von Dienstleistungen

### **4. Besonderheiten des Käuferverhaltens bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen**

1. Grundstruktur des Kaufverhaltens
2. Kaufentscheidungskriterien und Bewertungsprozess
3. Determinanten des Käuferverhaltens
  1. Intrapersonale Variablen
  2. Aktivierende Determinanten
  3. Kognitive Determinanten
  4. Persönlichkeitsdeterminanten
  5. Interpersonale Variablen
4. Verhaltenswissenschaftliche Implikationen
5. Customer Relationship Management (CRM)

### **5. Strategieentwicklung von Dienstleistungsunternehmen**

1. Strategiebegriff, Arten von Strategien, strategische Analyse und strategische Wahl
2. Dienstleistungsspezifische Aspekte im strategischen Management

### **6. Dienstleistung und Innovation**

1. Der programmpolitische Entscheidungsbereich: Umfang und Struktur des Angebotes

### **2. Arten von Innovationen**

### **3. Innovationsmanagement in Dienstleistungsunternehmen**

### **4. Serviceinnovationen als strategische Option**

### **5. Förderung der Innovationsfähigkeit von Dienstleistungsunternehmen**

### **7. Prozessgestaltung und Qualitätsmanagement**

### **1. Begriff des Qualitätsmanagements und des Wertschöpfungsprozesses**

### **2. Messung der Dienstleistungsqualität**

### **3. Service Design**

### **8. Marketing-Mix-Faktoren**

### **1. Preispolitik**

### **2. Distributionspolitik**

### **3. Personalpolitik**

### **9. Anforderungen an das Controlling von Dienstleistungsunternehmen**

1. Kennzahlen zur Erfassung der Servicequalität
2. Marktforschung und Controlling der Kundenbeziehung
- 10. Marken- und Kommunikationspolitik bei Dienstleistungen**
- 11. Gliederungsschema für einen Marketingplan für Dienstleistungen**