

Wintersemester 2009/2010

Diplom

Bezeichnung des Faches: GLS 522 Dienstleistungsmarketing

Semester	5
Semesterwochenstunden	2
Kontaktzeit	
Selbststudium	

Lehrsprache	deutsch
Vorgesehene Gruppengröße	

Termine: Mittwoch, bis 11.11. 11.45 Uhr, D 128 bzw. Dienstag, ab 24.11. 14.15 Uhr, A 129

Dozenten: Prof. Dr. Joachim Birzele

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Lernziel: Die Studierenden sollen die wichtigsten Prinzipien des Dienstleistungsmarketing im Gegensatz zum Produkt- oder Sachgütermarketing kennen und anwenden können. Im Einzelnen soll die ausgesprochene Heterogenität von Dienstleistungen erkannt und die damit einhergehenden Implikationen auf das Dienstleistungsmarketing diskutiert und bewertet werden können.

Inhalte: Besonderheiten und Grundlagen des Dienstleistungsmarketing, Marktforschung, Strategisches Dienstleistungsmarketing, Operatives Dienstleistungsmarketing, Qualitätsmanagement im Dienstleistungsmarketing.

Methode: Fragend-entwickelnder Unterricht mit Fallbeispielen und Praxistransferphasen.

Bewertung*: Abschlussklausur (Dauer 60 Minuten)

Literatur: Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 6. Aufl., Wiesbaden 2009;

Erstellungsdatum: 18.9. 2009

*Hinweis zur Bewertung:

Folgende Angaben sollten enthalten sein:

- Prüfungsform und Prüfungsdauer
Beispiel: Abschlussklausur (Dauer 90 Minuten)
- Prüfungsart
Beispiel: Gesamtklausur/ Teilklausur
- (Im Fall von Teilklausuren) Anteil an der Gesamtnote
Beispiel: Es handelt sich um eine Teilmodulprüfung, die mit einem Anteil von 40% in die Gesamtnote des Moduls XX eingeht.