

# „DIENSTLEISTUNGSMANAGEMENT“

In den Volkswirtschaften der führenden Wirtschaftsnationen hat sich in den vergangenen Jahrzehnten ein weitreichender Wandel zugunsten des Dienstleistungssektors vollzogen. Der Weg zur Dienstleistungsgesellschaft, den die entwickelten Länder auch in Zukunft weiter beschreiten werden, bringt zahlreiche Veränderungen für das Wirtschaftsgeschehen mit sich. Dieser Prozess schlägt sich in einem durchgreifenden wirtschaftlichen Strukturwandel, der Neuanschaffung und dem Abbau von Arbeitsplätzen in verschiedenen Branchen sowie einem veränderten Qualifikationsprofil der Arbeitskräfte nieder.

Der Dienstleistungssektor ist der einzige Wirtschaftsbereich Deutschlands, in dem das Arbeitsvolumen in den vergangenen Jahren gestiegen ist. Für die Bereiche Ausbilden, Beraten, Betreuen, Informieren, für den Managementbereich sowie den Bereich Handeln und Verkaufen besteht ein zusätzlicher Bedarf an Akademikern. Die Vielfalt der Dienstleistungsbranchen spiegelt sich im breiten Spektrum der für dieses **Wahlpflichtfach** bestehenden Partnerorganisationen wider: Es umfasst Unternehmen aus den Bereichen Telekommunikation, Transport und Logistik, Werbung und Kommunikation, Medien, E-Commerce, Beratung, DV-Entwicklung, IT-Dienstleistung, Versicherungen, Finanzdienstleistungen, Banken, Touristik usw.

Der stark wachsende Dienstleistungsbereich erfordert zunehmend kompetenten, einsatzfreudigen und spezifisch ausgebildeten Führungsnachwuchs. **Ziel des Studiums** in diesem **Wahlpflichtfach** ist es daher, die erforderliche fachliche, methodische, sprachliche, soziale und interkulturelle Dienstleistungskompetenz sowie die wesentlichen dispositiven Fähigkeiten der Organisation, Planung, Kontrolle und Kommunikation zu vermitteln.

## LEHRINHALTE

### 1. Dienstleistungskultur und Kundenorientierung

Von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft; Dienstleistung als Managementproblem; von der Funktions- zur Kundenorientierung; Dienstleistungsbegriff; Systematisierung von Dienstleistungsunternehmen; Dienstleistungen in einzelwirtschaftlicher, produktionswirtschaftlicher Sichtweise

### 2. Strategieentwicklung für Dienstleister

Strategie und Taktik im Dienstleistungsmanagement; Strategische Zielsetzungen; Positionsbestimmung; Prognose- und Potenzialbestimmung; Zusammenwirken von Aktivitäten bei der Wertentstehung; Elemente der Wertkette; Dienstleistungskreisläufe

### 3. Von der Planung zur Umsetzung

Bewertung von Strategiealternativen; Strategieentscheidung; Überführung auf die taktische Ebene; Unternehmenskultur als Umsetzungshindernis

### 4. Service: Prozessgestaltung und Qualitätsmanagement

Service-Design; Leistungserstellung und Qualitätsmanagement; Innovationsmanagement in der Dienstleistung; Serviceinnovationen als strategische Option; Kundenbeziehungen; Strukturwandel in der Dienstleistung

### 5. Service: Servicemitarbeiter führen und motivieren

Personalmanagement in der Dienstleistung; Aufbau der Servicemitarbeiterschaft; Dienst und Leistung; Motivation und Demotivation; Anreizsysteme und Anreize

### 6. Dienstleistungsmarketing

Marketingbegriff; Einsatz der Marketinginstrumente; Technischer Service als Marketing-Instrument

## VERANSTALTUNGSABLAUF

Neben einführenden Vorlesungen zum jeweiligen Themengebiet wird das Seminar durch Vorträge von Praktikern, Managern sowie Führungskräften von Dienstleistungsunternehmen und Verbänden ergänzt. Diese werden durch Diskussionen der jeweiligen Fragestellung abgerundet. Gleichzeitig dienen Einladungen externer Referenten dazu, Praktika und Praxissemester zu initiieren. Vorlesungsunterlagen können über das Internet ([ifams.de](http://ifams.de)) geladen oder ausgedruckt werden.

## LITERATUR

Wird zur Veranstaltung bekannt gegeben und ggfs. in einem Handapparat zur Verfügung gestellt.

**VERANSTALTUNGSTERMINE** (ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN):

Termin	Inhalt	Referent	Besonderes
	Terminklärung; Raumklärung; Ablauf der Veranstaltung; Leistungsnachweise; Unterlagen zu den Veranstaltungen; Workload  Begriff der Dienstleistung und Märkte der Dienstleistungen	Reiss	
	Statistiken zum Wirtschaftsgeschehen in Dienstleistungsbranchen; Strategisches Dienstleistungsmanagement	Reiss	
	Strategisches Dienstleistungsmanagement	Reiss	
	Dienstleistungsmarketing	Reiss	
	Dienstleistungsmarketing	Reiss	
	Serviceorientierung und Kundenanalyse; Zielgruppenanalysen in der Praxis	Reiss	<b>Referent:</b> Joachim Edler, Finanzexperten Mainz
	Innovationen im Dienstleistungsmanagement; Personalmanagement in Dienstleistungsbetrieben	Reiss	
	Hybride Dienst- und Sachleistungen: z.B. der Markt der Presseorgane	Reiss	
	Qualitätsmanagement und Controlling von und in Dienstleistungsunternehmen	Reiss	
	„Reservetermin“ (wird noch gestaltet)	Reiss	
	E-Business: Märkte in elektronischer Präsenz: Gestaltungsformen	Reiss	
	Vorbereitungen zur Klausur	Reiss	