

Diplomlehrgang

Dienstleistungsmarketing



Modulbeschreibungen

Inhaltsverzeichnis

1	Aufbau des Diplomlehrgangs Dienstleistungsmarketing	3
2	Modul Marketing Evolution.....	4
3	Modul Dienstleistungsmarketing.....	5
4	Modul Strategien im Dienstleistungsmarketing	6
5	Modul Kunden:innenprofile und Kunden:innenbewertung.....	7
6	Modul Kunden:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM.....	8
7	Modul Customer Lifecycle Management.....	9
8	Modul Grundlagen der Kommunikation	10
9	Modul Interkulturelle Kunden:innenorientierung.....	11

1 Aufbau des Diplomlehrgangs Dienstleistungsmarketing

Modulname	Arbeitsaufwand in Stunden	entspricht in ECTS umge- rechnet	Prüfungsformat
Marketing Evolution	50	2	Online-Prüfung
Dienstleistungsmarketing	50	2	Online-Prüfung
Strategien im Dienstleistungsmarketing	50	2	Online-Prüfung
Kunden:innenprofile und Kunden:innenbewertung	50	2	Online-Prüfung
Kunden:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM	50	2	Online-Prüfung
Customer Lifecycle Management	50	2	Online-Prüfung
Grundlagen der Kommunikation	50	2	Online-Prüfung
Interkulturelle Kunden:innenorientierung	50	2	Online-Prüfung
Summe	400	16	

2 Modul Marketing Evolution

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Marketing Evolution
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Transformation des Marketings im Rahmen der Digitalisierung zu beurteilen. ... die Bedeutung und den Nutzen des digitalen Marketings für Organisationen zu bewerten. ... einen Marketingmix für das eigene Unternehmen zu entwickeln.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien des Marketing 5.0: Menschenzentrierung, Technologie, Nachhaltigkeit, Agilität, Datenfokus • Marketing-Mix: Product, Price, Place, Promotion, People • Content Marketing und Storytelling • Nachhaltigkeit im Marketing und Branding • Growth Hacking • Data Driven Marketing • Kennzahlen • Kampagnenoptimierung • Zukunft des Marketings – Marketing 6.0: Immersion, Metaverse, Multi-sensorisches und Spatial Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

3 Modul Dienstleistungsmarketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Dienstleistungsmarketing
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Herausforderungen und Unterschiede zwischen Produkten und Dienstleistungen zu beschreiben und zu deuten. ... das 7P-Modell des Dienstleistungsmarketings einzuordnen und anzuwenden. ... die Bedeutung der Standardisierung von Dienstleistungen zu analysieren und zu bewerten. ... Herausforderungen für Dienstleistungsunternehmen zu identifizieren und Lösungsansätze vorzuschlagen. ... Maßnahmen für einen gelungenen Relationship-Marketing-Ansatz zu planen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Dienstleistungsarten und -branchen • Servitization bei Produktunternehmen • Qualität und Produktivität einer Dienstleistung • 7P-Modell des Dienstleistungsmarketings • Tangibilisierungen von Dienstleistungen • Standardisierung von Dienstleistungen • Relationship-Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

4 Modul Strategien im Dienstleistungsmarketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Strategien im Dienstleistungsmarketing
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Bedeutung der Marke im Dienstleistungsmarketing zu beschreiben und zu begründen. ... die Relevanz von Preis- und Vertragsmodellen zu veranschaulichen. ... schwierige Kunden:innenbeziehungen zu analysieren und Vorschläge für mögliche Lösungen auszuarbeiten. ... Unterschiede zwischen den Ansätzen des Service Design und des Service Innovation Lifecycle gegenüberzustellen und zu vergleichen. ... Dienstleistungsstrategien anhand des 7P-Modells zu planen und umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Brand Management im Dienstleistungsmarketing • Personal Branding • Markenpositionierung • Stärkung von Kunden:innenbeziehungen • Preis- und Vertragsmodelle • CRM für Dienstleister:innen • Service Design • Weiterentwicklungen von Dienstleistungen • Kommunikationskampagnen für Branding, Leadgenerierung, Lead Nurturing und Rückgewinnung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

5 Modul Kunden:innenprofile und Kunden:innenbewertung

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Kunden:innenprofile und Kunden:innenbewertung
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Bedeutung der Kunden:innenorientierung in Unternehmen zu präzisieren. ... verschiedene Instrumente und Methoden des Customer Profiling einzuordnen. ... Kunden:innen anhand von Persönlichkeitsprofilen zu beurteilen. ... interkulturelle Kompetenzen als Grundvoraussetzung für erfolgreiches Customer Relationship Management (CRM) zu beurteilen. ... die kulturellen Unterschiede in der Kommunikation mit Kunden:innen und die Anpassung von CRM an kulturelle Aspekte zu integrieren. ... Kunden:innenprofile (Buyer Personas) zu produzieren.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Kunden:innenprofilen • Buyer Persona Template • Persönlichkeit und Konsum • Psychologische Grundlagen der Verhaltenssteuerung von unterschiedlichen Persönlichkeitsprofilen • Definition Kunden:innenwert • Methoden der Kunden:innenbewertung • Customer Profiling und Arten von Kunden:innenprofile • Kulturbegriff, Interkulturalität und Transkulturalität • Kulturerfassungsansätze und Kulturmodelle • CRM und kulturelle Aspekte • Interkulturelle Kommunikation, Kunden:innenkontakte, Missverständnisse und Kunden:innenorientierung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

6 Modul Kunden:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Kunden:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Aufgaben des Customer Experience Managements zu beschreiben. ... Ziele und Aufgaben der Kunden:innenanalyse zu unterscheiden. ... eine Zielgruppenanalyse durchzuführen. ... die Ergebnisse aus der Kunden:innen(wert)analyse zu analysieren und in Hinblick auf erforderliche Maßnahmen einzuschätzen. ... Customer Relationship Management in Unternehmen zu integrieren.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Experience Management vs. Customer Relationship Management • Methoden der Bedürfnisanalyse • Digitales Customer Relationship Management • Kunden:innenanalysen <ul style="list-style-type: none"> • ABC-Kunden:innenanalyse • Customer Lifetime Value • Scoring Modelle • Kunden:innenportfolioanalyse • Kunden:innenprofitabilitätsanalyse • CEM- und CRM-Software • Implementierung von Customer Relationship Management
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

7 Modul Customer Lifecycle Management

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Customer Lifecycle Management
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... den Kunden:innenlebenszyklus zu erläutern und ... in das Kunden:innenbeziehungsmanagement einzuordnen. ... Modelle des Käufer:innenverhaltens zu vergleichen und einzusetzen. ... bestehendes Lead Management zu analysieren und ... auf dessen Zielerreichung hin zu überprüfen. ... erfolgreiches CLM zu planen und in Unternehmen umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden:innenlebenszyklus • Kunden:innenverhaltensmodelle • Marktsegmentierungsmodelle • Käufer:innentypologien • Lead Management • Kunden:innenbindung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

8 Modul Grundlagen der Kommunikation

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Grundlagen der Kommunikation
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Theorie des kommunikativen Handelns zu beschreiben. ... die unterschiedlichen Arten der Kommunikation (verbal, non-verbal, paraverbal, visuell) zu unterscheiden. ... Kommunikationsstörungen nach Schulz von Thun zu erkennen und zu lösen. ... die fünf Axiome nach Watzlawick zu analysieren. ... die eigene Kommunikation zu überprüfen, zu reflektieren und Verbesserungspotentiale umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Intra- und Interpersonelle Kommunikation • Kommunikationsforschung • Werbewirkungsmodelle • Dissonanztheorie • Verbale, Paraverbale, Non-Verbale und Visuelle Kommunikation • Kommunikationsstörungen und Lösungen nach Schulz von Thun • Die fünf Axiome nach Watzlawick • Transaktionsanalyse • Gewaltfreie Kommunikation • Organisationale Kommunikation
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

9 Modul Interkulturelle Kunden:innenorientierung

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Interkulturelle Kunden:innenorientierung
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Unterschiede zwischen internationalem Marketing und interkulturellem Marketing zu beschreiben, ... interkulturelle Dimensionen von Kommunikation einzuordnen, ... die unterschiedlichen Wahrnehmungen von Zeit und Raum in interkulturellen Kontexten gegenüberzustellen, ... Konflikte interkulturellen Ursprungs zu untersuchen und im entsprechenden Kontext einzuschätzen, ... Instrumente interkultureller Kunden:innenorientierung auszuwählen und zu planen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturalität und Transkulturalität • Zeit im interkulturellen Kontext • Raum im interkulturellen Kontext • Interkulturelle Dimensionen • Interkulturelle Kunden:innen- und Mitarbeiter:innenkontakte • Interkulturelle Kompetenz • Konfliktmanagement
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform