brand university
of applied sciences

digital

Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Dienstleistungsmarketing

1 Aufbau des Hochschulzertifikats Dienstleistungsmarketing

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel und kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikat besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	
Dienstleistungs-marketing	Multiple-Choice-Klausur	**6 ECTS (150 Stunden)**
Strategien im Dienst-leistungsmarketing	Multiple-Choice-Klausur	
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

2 Lernergebnisse

Die Studierenden haben:

- ✓ Kenntnisse der Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings (DLM) im Vergleich zum Produktmarketing,
- ✓ Kenntnisse der Verwendung von Dienstleistungen als Ergänzung zu Produktleistungen („value added services“),
- ✓ die methodische Kompetenz, erforderliche Spezifikationen für das strategische und operative Marketing abzuleiten und anzuwenden,
- ✓ die Kompetenz, alternative Modelle und Konzepte des DLM methodisch anzuwenden,
- ✓ die instrumentale und kommunikative Kompetenz, relevante Organisationseinheiten für Maßnahmen der genannten DLM-Strategien zu integrieren und zu koordinieren,
- ✓ Kenntnisse der Instrumente des operationalen Dienstleistungsmarketing,
- ✓ die Befähigung, Absatzkonzeptionen für Dienstleistungsbetriebe zu bewerten und in Eckpunkten zu entwickeln,
- ✓ Kenntnisse der Interdependenzen der Ziel-, der Strategie- und der Maßnahmeneben.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Definition von Dienstleistungen
- ✓ Besonderheiten der Dienstleistung wie die Immaterialität
- ✓ Kaufentscheidungen bei Dienstleistungen
- ✓ Entwicklung des Dienstleistungssektors
- ✓ Situationsanalyse, Zielformulierung und Dienstleistungsstrategien,
- ✓ Qualitätsbegriff und Qualitätssicherung bei Dienstleistungen
- ✓ Darstellung der spezifischen Handlungserfordernisse im Dienstleistungs-marketing
- ✓ Darlegung des besonderen Abhängigkeitsverhältnisses von Marketing und Vertrieb sowie des Steuerungsbedarfs
- ✓ Darstellung der wachsenden Bedeutung von Dienstleistungen
- ✓ Konsequenzen für strategische Marketingentscheidungen
- ✓ Ausgewählte Dienstleistungsbranchen und ihre Besonderheiten

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit