

Gültig für 2022.FS

Modulbezeichnung: Service Excellence und Agile Marketing	
Modulkürzel	w.MA.XX.SEAM.19HS
Beschreibung des Moduls	Die Digitalisierung hat für das Marketing unter anderem zwei Konsequenzen: Service wird noch wichtiger, um Kundennutzen zu generieren und eine Differenzierung vom Wettbewerb zu erreichen, und das Marketing muss agiler werden. Das Modul vermittelt, wie Unternehmen in verschiedenen Branchen Service Excellence – sowohl in persönlichen als auch in digitalen Interaktionen – erreichen können, und wie Marketing durch kulturelle, organisatorische und prozessuale Veränderungen agiler werden kann und zudem zur Agilität des gesamten Unternehmens beitragen kann.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Business Administration - Specialization in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp: Wahlpflichtmodul
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Frank Hannich (hanf)
Modulverantwortung Stellvertretung	Steffen Müller (muef)
Spezifische Vorkenntnisse	-
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § kennen die Charakteristika eines Service und die daraus resultierenden Implikationen für das Marketing, § kennen die Erfolgswirkung von Service Excellence. § kennen die Komponenten von Service Excellence. § können in verschiedenen Branchen Massnahmen zur Steigerung der Service Excellence entwickeln. § wissen, welche Kultur, Organisation und Prozesse besonders geeignet sind, um Agilität in Marketing, Verkauf und Service zu erreichen. § kennen technische Optionen, um die Agilität im Marketing zu unterstützen. § können den Beitrag des Marketings zur Agilität von Unternehmen einschätzen. § können ein Unternehmen auf dessen Agilität hin analysieren und geeignete Empfehlungen entwickeln.

Inhalte des Moduls	§ Grundlagen des Service Management. § Erfolgswirkung von Service Excellence: Customer Delight und die Service Profit Chain. § Komponenten von Service Excellence. § Service Design. § Service Excellence im Spannungsfeld von Effektivität, Effizienz und Kundenwert. § Service Excellence in der Hotelbranche: Case Study. § Service Excellence in der Industriegüterbranche: Case Study. § Agilität in Marketing, Verkauf und Service. § Agile Kultur, Organisation und Prozesse inkl. Best Practices und Cases. § Nutzen, Messung und Analyse von Agilität in Unternehmen. § Zusammenhang von Kundennähe und Agilität. § Beitrag von Technologie und Automation zur Agilität im Marketing.		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf: w.MA.XX.BMCF.14HS w.MA.XX.ICM.14HS		
Unterrichtsmethoden	§ Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Problemorientierter Unterricht § Projektarbeit § Literaturstudium	Eingesetzte Sozialformen: § Einzelarbeit § Gruppenarbeit	
Digitale Lernressourcen	§ Reader § Fallstudien (inkl. Lösungen)		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Vorlesung	20 h	-
	Übung	8 h	-
	Projektarbeit	-	-
	Seminar	-	-
	Total	28 h	0 h
			62 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	-	-	-
	Hilfsmittel	-	-
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	Fallstudie	Note	-
	Literature Review	Note	-
			70,00 %
			30,00 %
Eine Nachbesserung bzw. Nachbearbeitung von Leistungsnachweisen ist nicht möglich.			
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pflichtliteratur	Literatur wird spezifisch für die jeweiligen Vorlesungsthemen auf Moodle bereitgestellt.		
Ergänzende Literatur	-		
Bemerkungen	-		