

## **CURRICULUM**

### **Studiengang Dienstleistungsmarketing**

### **Studienjahrgang 2008**

Stand 01.10.2008

#### **Betreuender Studiengangsleiter**

**Prof. Dr. Hans-Joachim von Scheidt**

**scheidt@ba-mannheim.de**

**Telefon: 0621 / 4105 - 2106**

**Mobil: 0171 - 3455057**

## Allgemeine BWL + Spezielle BWL

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
<b>A-BWL</b>	<b>A-BWL I</b> Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre [32]  Dienstleistung und Produktion [20]  4 Credit Points	<b>A-BWL II - I</b> Kosten- und Leistungsrechnung [39]  3 Credit Points	<b>A-BWL III</b> Bilanzierung [24]  Unternehmensbesteuerung [24]  Investition und Finanzierung [30]  6 Credit Points	<b>A-BWL IV</b> Organisation und Projektmanagement [33]  Personalwirtschaft [32]  5 Credit Points	<b>A-BWL VI</b> Mitarbeiterführung [24]      Unternehmensführung [24]  Integrative Managementsysteme [24]  6 Credit Points	
		<b>A-BWL II - II</b> Marketing [39]  3 Credit Points			<b>A-BWL V</b> Finanzmanagement [16]  Bilanzanalyse [16]  Konzernrechnungslegung [16]  4 Credit Points	
<b>S-BWL I</b>	<b>S-BWL I - I</b> Einführung in das Dienstleistungsmanagement [32]  Beratung und Interaktion in Dienstleistungsprozessen [33]  5 Credits Points	<b>S-BWL I - II</b> Käuferverhalten [30]  Marketingforschung [30]  Strategisches Dienstleistungsmarketing [31]  7 Credit Points	<b>S-BWL I - III</b> Operatives Dienstleistungsmarketing [52]  Instrumente des Dienstleistungsmanagements [52]  8 Credit Points	<b>S-BWL I - IV</b> Quantitatives Dienstleistungsmanagement [65]  Systeme und branchenspezifische Ansätze des Dienstleistungsmanagements [52]  9 Credit Points	<b>S-BWL I - V</b> Vertriebs-, Kunden- und Service-management I [48]  4 Credit Points	<b>S-BWL I - VI</b> Vertriebs-, Kunden- und Service-management II [48]  4 Credit Points
<b>S-BWL II</b>					<b>S-BWL II - V</b> Marketingforschung und -Controlling I [48]  4 Credit Points  <u>Alternativ sofern angeboten:</u>  <b>Personalmanagement I</b> [48]  4 Credit Points	<b>S-BWL II - VI</b> Marketingforschung und -Controlling II [48]  4 Credit Points  <u>Alternativ sofern angeboten:</u>  <b>Personalmanagement II</b> [48]  4 Credit Points

## Weitere Studienfächer

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
<b>VWL</b>	<b>VWL I</b>		<b>VWL II</b>		<b>VWL III</b>	
	Einführung in die VWL, Mikroökonomie I [20]	Mikroökonomie II [19]  3 Credit Points	Makroökonomie [20]	Geld und Währung [19]  3 Credit Points	Wirtschaftspolitik I [16]	Wirtschaftspolitik II, Soziale Sicherung; Verteilungspolitik [20]  3 Credit Points
<b>RECHT</b>	<b>Recht I</b>		<b>Recht II</b>			
	Einführung in das Rechtssystem, Methodenlehre, BGB Allgemeiner Teil, BGB Schuldrecht Allgemeiner Teil [20]	BGB Schuldrecht Besonderer Teil, BGB Sachenrecht, Zivilprozessrecht [19]  3 Credit Points	Handelsrecht, Gesellschaftsrecht [20]	Arbeitsrecht, Insolvenzrecht [19]  3 Credit Points		
<b>FINANZBUCHFÜHRUNG</b>	<b>Technik der Finanzbuchführung</b>					
	Technik der Finanzbuchführung I [26]	Technik der Finanzbuchführung II [26]  4 Credit Points				
<b>MATHEMATIK UND STATISTIK</b>	<b>Mathematik und Statistik</b>					
	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler [26]	Statistik [26]  4 Credit Points				
<b>IT</b>			<b>Informationstechnologie</b>			
			Grundlagen, Informationstechnologie [20]	Kommunikation, Netze [19]  3 Credit Points		
<b>WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN</b>	<b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>					
	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten [26]	Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten [13]  3 Credit Points				
<b>Angewandte Theorie</b>	<b>AWT I</b>		<b>AWT II</b>		<b>AWT III</b>	
	Präsentationstechniken [13]  MS Office Übungen [13]	Outdoorseminar Modul I [13]  3 Credit Points	Etiketteseminar: Job-Knigge [13]	Outdoorseminar Modul II [26]  3 Credit Points	Internationales Marketing und Interkulturelles Management [20]	Outdoorseminar Modul III [16]  3 Credit Points

## Profil- und Zusatzfächer

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
<b>PROFIL-FACH I</b>	<b>Kommunikationsmanagement I</b>		<b>Kommunikationsmanagement II</b>		<b>Kommunikationsmanagement III</b>	
	Call Center-Management [26]	Eventmarketing [26]	Mediengestaltung: Web-Design [26]	Werbepsychologie [26]	Markenmanagement I [24]	Markenmanagement II [24]
	4 Credit Points		4 Credit Points		4 Credit Points	
<b>PROFIL-FACH II</b>	<b>Electronic Marketing I</b>		<b>Electronic Marketing II</b>		<b>Electronic Marketing III</b>	
	E-Commerce/Online-Marketing [26]	Direkt-Marketing [26]	Datenbankmanagement [26]	Database Marketing [26]	Data Mining I [24]	Data-Mining II [24]
	4 Credit Points		4 Credit Points		4 Credit Points	
<b>BACHELOR-ARBEIT</b>						<b>Bachelor-Arbeit [144]</b>
						12 Credit Points
<b>ZUSATZ-FÄCHER</b>	<b>Zusatzfach I</b>	<b>Zusatzfach II</b>	<b>Zusatzfach III</b>	<b>Zusatzfach IV</b>	<b>Zusatzfach V</b>	<b>Zusatzfach VI</b>
	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater	Projektseminar Studentische Unternehmens- beratung JuniorBerater
	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing	Spezialthemen zum Dienstleistungs- marketing
	Wirtschaftseng- lisch I	Wirtschaftseng- lisch II	Wirtschaftseng- lisch III	Wirtschaftseng- lisch IV	Lehrgang TÜV SÜD AG Qualitäts- management- Auditor	Lehrgang TÜV SÜD AG Qualitäts- management- Auditor
	[75]	[75]	[75]	[75]	[72]	[70]

## Praxismodule

<b>PRAXIS-MODULE</b>	<b>Praxismodul I</b>	<b>Praxismodul II</b>	<b>Praxismodul III</b>
	<b>Projektarbeit I und Präsentation der Projektarbeit I [20]</b>	<b>Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II [20]</b>	<b>Mündliche Bachelorprüfung [20]</b>
	20 Credit Points	20 Credit Points	20 Credit Points

### Anmerkungen:

Das Vertiefungsfach S-BWL I Vertriebs-, Kunden und Servicemanagement ist im dritten Studienjahr (5. und 6. Semester) ein Pflichtvertiefungsfach. Grundsätzlich wird als Vertiefungsfach S-BWL II Marketingforschung und -Controlling angeboten.

Möglicherweise wird zusätzlich alternativ das zweite Vertiefungsfach S-BWL II Personalmanagement angeboten. Die Entscheidung über das Angebot des alternativen Vertiefungsfachs Personalmanagement obliegt dem zuständigen Studiengangleiter. Bei einem entsprechenden Angebot kann nach Rücksprache mit dem Ausbildungsunternehmen als S-BWL II ab dem 5. Semester als Alternative zum Vertiefungsfach Marketingforschung und -Controlling auch das Vertiefungsfach Personalmanagement gewählt werden.

Für das Zustandekommen der Vertiefung Personalmanagement ist eine Mindestzahl an Studierenden, die dieses Vertiefungsfach wählen, erforderlich. In der Regel müssen sich mindestens 33 Studierende für das Vertiefungsfach Personalmanagement entscheiden.

Stand: 01. 10.2008; Änderungen möglich!