



Dienstleistungsmarketing

DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG MANNHEIM

Curriculum

Studiengang BWL-Dienstleistungsmarketing

Duale Hochschule Baden-Württemberg – Mannheim

Studienjahrgang 2009

Betreuender Studiengangsleiter:

Prof. Dr. Lothar Weinland

weinland@dhbw-mannheim.de

Telefon: 0621 / 4105 - 2110

Stand 01.10.2009

Allgemeine BWL + Spezielle BWL

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

Weitere Studienfächer

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
VWL	VWL I		VWL II		VWL III	
	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
RECHT	Recht I		Recht II			
	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		
FINANZBUCHFÜHRUNG	Technik der Finanzbuchführung					
	Technik der Finanzbuchführung I [26]	Technik der Finanzbuchführung II [26] 4 Credit Points				
MATHEMATIK UND STATISTIK	Mathematik und Statistik					
	Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler [26]	Statistik [26] 4 Credit Points				
IT			Informationstechnologie			
			Grundlagen, Informationstechnologie [20]	Kommunikation, Netze [19] 3 Credit Points		
WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN	Wissenschaftliches Arbeiten					
	Einführung in wissenschaftliches Arbeiten [26]	Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten [13] 3 Credit Points				
Angewandte Theorie	AWT I		AWT II		AWT III	
	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
PROFIL-FACH I	Kommunikationsmanagement I		Kommunikationsmanagement II		Kommunikationsmanagement III	
	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	
PROFIL-FACH II	Electronic Marketing I		Electronic Marketing II		Electronic Marketing III	
	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	
BACHELOR-ARBEIT						Bachelor-Arbeit [144]
						12 Credit Points
ZUSATZ-FÄCHER	Zusatzfach I	Zusatzfach II	Zusatzfach III	Zusatzfach IV	Zusatzfach V	Zusatzfach VI
	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 (sofern angebo- ten)	Wirtschaftseng- lisch II (sofern angebo- ten)	Wirtschaftseng- lisch III (sofern angebo- ten)	Wirtschaftseng- lisch IV (sofern angebo- ten)	Lehrgang TÜV SÜD AG Qualitäts- management- Auditor	Lehrgang TÜV SÜD AG Qualitäts- management- Auditor
	[75]	[75]	[75]	[75]	[72]	[70]

Praxismodule

PRAXIS-MODULE	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III
		Projektarbeit I [20]	Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II [20]
	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: 01.10.2009; Änderungen möglich!