

# **BWL-Spezialisierung: „Strategisches Dienstleistungsmanagement“**

**Professur: Schertler**

*Kurzcharakterisierung und Einordnung:*

Die BWL-Spezialisierung „Strategisches Dienstleistungsmanagement“ gehört zum Kernbereich „Management, Kultur und Internationales“ (MKI) und eröffnet dem interessierten Studierenden im Master Studiengang der BWL die Möglichkeit, seine gewählten Spezialisierungsrichtungen der BWL mit den Inhalten und Methoden des Strategischen Management zu ergänzen.

Im Vordergrund der Spezialisierung „Strategisches Dienstleistungsmanagement“ steht die Vermittlung der theoretischen Inhalte und Methoden des Ansatzes der „Strategischen Unternehmensführung“ (strategic management). Die Reflexion strategisch-konzeptioneller Ansätze der BWL für Dienstleistungsunternehmen erfolgt in einer Konzentration auf ausgewählte Dienstleistungsbranchen, deren spezifische Merkmale, Erfolgsfaktoren und Wettbewerbsstrategien in Forschungs- und Praxisworkshops von den teilnehmenden Studierenden erarbeitet werden.

Dabei soll besonders auf die Herausforderungen an eine erfolgreiche strategische Entwicklung von Dienstleistungsunternehmen eingegangen werden, die nicht nur aufgrund veränderter Rahmenbedingungen und Dienstleistungsinnovationen, sondern auch in den neuen Anforderungen der Ressourcenausstattung von Dienstleistungsunternehmen etwa im Bereich des Umgangs mit Wissen (Wissensmanagement) oder der Nutzung virtueller Netzwerke entstehen.

<b>Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement I</b>					
<b>BWL-Spezialisierung: Strategisches Dienstleistungsmanagement (A)</b>					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des An-gebots	Dauer
	300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppen-größe	
	a) Strategisches Dienstleistungsmanagement: Grundlagen und Methodik	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Workshop zur Forschung zum Strategischen Dienstleistungsmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Drei Ziele verfolgt dieses Modul: a) die Notwendigkeit einer strategischen Ausrichtung von Dienstleistungsunternehmen beschreiben, b) den dienstleistungsspezifischen Bedingungsrahmen für strategischen Erfolg verstehen und c) den Prozess der Strategieentwicklung in DLU (Service Excellence) gestalten zu können. Daher sollen die Studierenden am Ende des Moduls in der Lage sein, nicht nur fachlich-konzeptionelle Kompetenz zur Beschreibung von Managementprozessen der Strategieentwicklung zu erlangen, sondern durch konkrete Fallbehandlung und Reflexion auch Problemlösungskompetenz im Umgang mit konkreten Anwendungen des Strategischen Dienstleistungsmanagement in der Praxis von ausgewählten Dienstleistungsbranchen entwickeln zu können.</p>				
3	Inhalte				
	<p><b>Strategisches Dienstleistungsmanagement I - Grundlagen und Methodik:</b>  Strategisches Management in DLU unterscheidet sich signifikant vom Ansatz Strategischer Führung in Unternehmen, die Sachleistungen erbringen. Allein die Relativierung von Mengen- und damit Stückkostendegressionseffekten zeigt, dass Strategisches Dienstleistungsmanagement methodisch und konzeptionell anders behandelt werden muss. Dennoch, auch in der Sachgüter produzierenden Industrie werden Dienstleistungsstrategien gezielt eingesetzt, um sich vom Mitbewerber differenzieren zu können. Inhaltliche Schwerpunkte bilden a) Dienstleistungen als Vorteilsquelle und Differenzierungspotenzial, b) der Zusammenhang von Dienstleistungsstrategien und Profitabilität, c) Managementmethodik des Strategischen Dienstleistungsmanagements und d) Führungsschwerpunkte in Dienstleistungsunternehmen wie z.B. Knowledge Management, Projekt- sowie Change Management.</p> <p><b>Workshop zur Forschung zum Strategischen Dienstleistungsmanagement I:</b>  Inhaltlich bezieht sich diese Lehrveranstaltung auf ausgewählte Themen des Strategischen Dienstleistungsmanagement. Im Mittelpunkt steht das Recherchieren von Fallbeispielen zum</p>				

	Strategischen Dienstleistungsmanagement I sowie der Datenbeschaffung und -analyse über Dienstleistungsmärkte. So kann die Relevanz der vermittelten konzeptionellen Inhalte und der Methoden getestet und auch geübt werden.
4	<b>Lehrformen</b> Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträge Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben“ oder „Übung mit Hausarbeit“ oder „Übung mit Seminar“, Referate und ggf. Gruppenarbeiten
5	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> <b>Formal:</b> keine <b>Inhaltlich:</b> keine
6	<b>Prüfungsformen</b> Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: keine
8	<b>Verwendung des Moduls</b> (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.
9	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> 10/120
10	<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler/Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren oder Lehrbeauftragte
11	<b>Sonstige Informationen</b>

<b>Modulname: Strategisches Dienstleistungsmanagement II</b>					
<b>BWL-Spezialisierung: Strategisches Dienstleistungsmanagement (B)</b>					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppen- größe	
	a) Strategisches Dienstleistungsmanagement in der Praxis ausgewählter Dienstleistungsbranchen	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Workshop zur Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagement	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b>  Die Studierenden sollen in diesem Modul mit der Praxis ausgewählter Dienstleistungsbranchen vertraut gemacht werden. Im Mittelpunkt steht das Verstehen der spezifischen Dienstleistungsnachfrage und der Wettbewerbssituation in diesen Dienstleistungsmärkten. Auf dieser Grundlage werden die strategischen Handlungs- und Investitionsbedarfe für mehr Wachstum und Performance von DLU in dieser Branche herausgearbeitet und entsprechende Wettbewerbsstrategien entwickelt. Fachlogisches Argumentieren und fachspezifisches Bewerten von Lösungsmöglichkeiten für Wettbewerbsstrategien in Dienstleistungsunternehmen sollen am Schluss der Lehrveranstaltung die Studierenden befähigen, Argumentationsstärke, Urteilskraft und Entscheidungskompetenz entwickeln zu können.				
3	<b>Inhalte</b>  <b>Strategisches Dienstleistungsmanagement in einer Dienstleistungsbranche:</b> Nicht das Warum? sondern mehr das Wie? zum Strategischen Dienstleistungsmanagement steht im Mittelpunkt dieser Lehrveranstaltung. Konsequenterweise setzt sie daher den Fokus auf die Anwendung der Theorien, Methoden und Modellen des Strategischen Dienstleistungsmanagements in der spezifisch ausgewählten Dienstleistungsbranche. Anhand realer Unternehmen werden strategische Methoden und Instrumente analysiert und reflektiert. Auch die aktuellen Führungs- und Managementproblematiken finden Einfluss und sollen die Relevanz und Mächtigkeit von wissenschaftlich fundierter Annäherung an konkrete Probleme der Dienstleistungspraxis aufzeigen.  <b>Workshop zur Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagement:</b> Inhaltlich widmet sich diese Lehrveranstaltung der Behandlung von aktuellen Fragen aus der Praxis des Strategischen Dienstleistungsmanagements in einer ausgewählten Dienstleistungsbranche. Nach einer thematischen Einführung durch den Veranstalter werden Aufgabenschwerpunkte definiert, die in erster Linie der Gewinnung von Daten und Informationen auf				

	Nachfrager- und Anbieterseite zur Charakterisierung der Dienstleistungsmärkte wie Volumen, Standardisierungs- und Differenzierungsgrad des Wettbewerbs dienen, aber auch auf den Rivalitätsgrad der Mitbewerber sowie deren Handlungsoptionen für strategischen Erfolg in der Zukunft eingehen.
4	<b>Lehrformen</b> Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträge Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben“ oder „Übung mit Hausarbeit“ oder „Übung mit Seminar“, Referate und ggf. Gruppenarbeiten
5	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> <b>Formal:</b> keine <b>Inhaltlich:</b> keine
6	<b>Prüfungsformen</b> Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</b> Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: keine
8	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b> Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre.
9	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> 10/120
10	<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler/Univ.-Prof. Dr. Walter Schertler und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren oder Lehrbeauftragte
11	<b>Sonstige Informationen</b>