



MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK4021	Dienstleistungsmarketing im Digitalen Zeitalter	Schwerpunkt Wahlfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Dienstleistungen dominieren heute fast alle Arten von Volkswirtschaften. Der Dienstleistungssektor macht den größten Teil des Bruttoinlandsprodukts in den Industrieländern aus und bietet die meisten Arbeitsplätze in vielen Industrieländern auf der ganzen Welt. Außerdem haben schnelle Fortschritte in der Technologie (z. B. Big Data, Blockchain, künstliche Intelligenz, Robotik, maschinelles Lernen) eine Revolution der digitalen Dienste ausgelöst, die unsere Gesellschaft und die Art und Weise, wie wir Geschäfte machen, stark beeinflusst hat. Unsere Volkswirtschaften stehen am Beginn einer digitalen Dienstleistungsrevolution, ähnlich der industriellen Revolution im verarbeitenden						
Lernziele der Vorlesung	Dieser Kurs konzentriert sich auf zwei Hauptziele. Zunächst soll über die Grundlagen des Dienstleistungsmarketings informiert werden, um ein grundlegendes Verständnis von Dienstleistungsökonomien zu erreichen. Zweitens sollen die neuen Entwicklungen des digitalen Zeitalters und ihre Auswirkungen auf das zeitgemäße Dienstleistungsmarketing-Management untersucht werden.						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific.					
		Bruhn, M., & Hadwich, K. (2020). Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen: Konzepte, Kundeninteraktionen.					
Lernergebnisse	1.	Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Terminologie, die im Kurs verwendet werden.					
	2.	Die Studierenden kennen die Merkmale von strategischen und operativen Zielen.					
	3.	Die Studierenden kennen die Merkmale des Dienstleistungsmarketings im digitalen Zeitalter.					
	4.	Die Studierenden kennen die Rolle der künstlichen Intelligenz in der Dienstleistungsmarketingstrategie.					
	5.	Die Studierenden kennen die Rolle digitaler Geschäftsmodelle in der Dienstleistungsmarketingstrategie.					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Wissensbasen des Dienstleistungsmarketings					
Woche 2		Strategisches und operatives Dienstleistungsmarketing					
Woche 3		Qualitätsmanagement im Dienstleistungsmarketing					
Woche 4		Umsetzung des Dienstleistungsmarketings					
Woche 5		Serviceinnovationen im digitalen Zeitalter					
Woche 6		Self-Service-Technologien: Kundennutzen und Einführung von Self-Service-Technologien					
Woche 7		Anwendungsgebiete der Künstlichen Intelligenz im Dienstleistungssektor					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Anwendungsgebiete des maschinellen Lernens in der Dienstleistungsbranche					
Woche 10		Blockchain-Anwendungsgebiete in der Dienstleistungsbranche					
Woche 11		Einführung und Verwendung von Chat-/Sprachrobotern: Serviceroboter an vorderster Front					
Woche 12		Digitale Geschäftsmodelle: IoT-Geschäftsmodelle für Services					
Woche 13		Präsentation: Branchenspezifische Dienstleistungsperspektiven 4.0					
Woche 14		Präsentation: Branchenspezifische Dienstleistungsperspektiven 4.0					
Woche 15		Präsentation: Branchenspezifische Dienstleistungsperspektiven 4.0					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n					
		Labor					
		Sonstige					
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***							
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand	
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	10	10.0	
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben			
Labor	2.0	28.0		Projekt	5	5.0	
Selbststudium vor der Veranstaltung				Forschung und Präsentation			
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar			
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie			
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt			
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	20	20.0		Sonstige			
SUMME :					50.0	115.0	
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5	