



Ruhr Master School
of Applied Sciences

Dieses Wahlpflichtmodul ist ein Angebot der:



Westfälische
Hochschule

Master
Dienstleistungsmanagement

Kundenmanagement

Prof. Dr. Thiel
klaus.thiel@w-hs.de

Hochschule Bochum
Bochum University
of Applied Sciences



Fachhochschule
Dortmund
University of Applied Sciences and Arts



Westfälische
Hochschule
Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen
University of Applied Sciences

STIFTUNG
MERCATOR



1 Pflichtmodule

Kundenmanagement					
Customer Management					
Kürzel:	CM	Workload:	180 h	Leistungspunkte:	6
Semester:	3	Dauer:	1 Semester	Häufigkeit:	Regelmäßig im Wintersemester
Lehrveranstaltungen				Präsenzzeit	Selbststudium
Kundenmanagement				60 h	120 h
Lehrformen					
Seminar, Sonstige					
Gruppengröße					
ca. 20					
Qualifikationsziele					
<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen und Wirkungszusammenhänge zwischen den Konstrukten Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundenwert und können diese in praktischen Anwendungen zielgerichtet einsetzen. - Sie sind in der Lage, Kundenwerttreiber zu identifizieren und entsprechende Instrumente im Dienstleistungskontext anzuwenden. - Sie besitzen die Fähigkeit, entlang unterschiedlicher Segmentierungskriterien (z.B. Kundenlebenszyklus, Kundenverhalten, Regionalität etc.) homogene Kundengruppen für das Marketing und die Produktentwicklung zu identifizieren. - Sie können ein unternehmens- bzw. branchenspezifisches Customer Relationship Management konzeptionell entwickeln und operationalisieren. - Sie sind in der Lage, eine kundenzentrierte Ablauf- und Aufbauorganisation zu entwickeln und zu implementieren. 					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Branchenspezifische Fallstudien - Funktionale Wirkungszusammenhänge zwischen den relevanten Konstrukten - Kundenwerttreiber und Kundenlebenszykluskonzepte - Erfolgsfaktoren des Kundenmanagements - Produktentwicklung durch Customer Knowledge Management und Customer Engagement - Ausrichtung der Aufbau- und Ablauforganisation auf den Kunden (Entwicklung einer kundenzentrierten Organisation) - Customer Experience Management unter Berücksichtigung von branchenspezifischen Rahmenbedingungen - Konzepte zum Monitoring und zur Steuerung und Optimierung des Kundenmanagements. 					
Verwendbarkeit des Moduls					
Pflichtmodul im Studiengang Dienstleistungsmanagement					
Empfohlene Voraussetzungen/Vorkenntnisse					
Keine					
Prüfungsformen					
Klausur, Vortrag, schriftliche Ausarbeitung					
Die Prüfungsform wird in den ersten zwei Wochen des Semesters durch den Prüfer/die Prüferin bekannt gegeben.					
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten					
Bestandene Modulprüfung					
Stellenwert der Note in der Endnote					
Einfaches Leistungspunkte-Gewicht					
Hauptamtlich Lehrende(r)					
Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Richelsen					
Modulbeauftragte(r)					
Prof. Dr. Thiel					
Sonstige Informationen					