



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

DIENSTLEISTUNGSMARKETING
DIPLOMLEHRGANG
Modulbeschreibung
www.bfi.wien



FLEXIBEL STUDIEREN
100% ONLINE
JEDERZEIT STARTEN



Inhaltsverzeichnis

Aufbau des Diplomlehrgangs Dienstleistungsmarketing	3
Modul Marketing 5.0	4
Modul Dienstleistungsmarketing	5
Modul Strategien im Dienstleistungsmarketing	6
Modul Kund:innenprofile und Kund:innenbewertung	7
Modul Kund:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM	8
Modul Customer Lifecycle Management	9
Modul Grundlagen der Kommunikation	10
Modul Interkulturelle Kund:innenorientierung	11

Aufbau des Diplomlehrgangs Dienstleistungsmarketing

Modulname	Arbeitsaufwand in Stunden	entspricht ECTS umgerechnet	Prüfungsformat
Marketing 5.0	50	2	Online-Prüfung
Dienstleistungsmarketing	50	2	Online-Prüfung
Strategien im Dienstleistungsmarketing	50	2	Online-Prüfung
Kund:innenprofile und Kund:innenbewertung	50	2	Online-Prüfung
Kund:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM	50	2	Online-Prüfung
Customer Lifecycle Management	50	2	Online-Prüfung
Grundlagen der Kommunikation	50	2	Online-Prüfung
Interkulturelle Kund:innenorientierung	50	2	Online-Prüfung

Modul Marketing 5.0

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Transformation des Marketings im Rahmen der Digitalisierung zu beurteilen. • die Bedeutung und den Nutzen des digitalen Marketings für Organisationen zu bewerten. • einen Marketingmix für das eigene Unternehmen zu entwickeln.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien des Marketing 5.0: Menschenzentrierung, Technologie, Nachhaltigkeit, Agilität, Datenfokus • Marketing-Mix: Product, Price, Place, Promotion, People • Content Marketing und Storytelling • Nachhaltigkeit im Marketing und Branding • Growth Hacking • Data Driven Marketing • Kennzahlen • Kampagnenoptimierung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Dienstleistungsmarketing

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herausforderungen und Unterschiede zwischen Produkten und Dienstleistungen zu beschreiben und zu deuten. • das 7P-Modell des Dienstleistungsmarketings einzuordnen und anzuwenden. • die Bedeutung der Standardisierung von Dienstleistungen zu analysieren und zu bewerten. • Herausforderungen für Dienstleistungsunternehmen zu identifizieren und Lösungsansätze vorzuschlagen. • Maßnahmen für einen gelungenen Relationship-Marketing-Ansatz zu planen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Dienstleistungsarten und -branchen • Servitization bei Produktunternehmen • Qualität und Produktivität einer Dienstleistung • 7P-Modell des Dienstleistungsmarketings • Tangibilisierungen von Dienstleistungen • Standardisierung von Dienstleistungen • Relationship-Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Strategien im Dienstleistungsmarketing

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Marke im Dienstleistungsmarketing zu beschreiben und zu begründen. • die Relevanz von Preis- und Vertragsmodellen zu veranschaulichen. • schwierige Kunden:innenbeziehungen zu analysieren und Vorschläge für mögliche Lösungen auszuarbeiten. • Unterschiede zwischen den Ansätzen des Service Design und des Service Innovation Lifecycle gegenüberzustellen und zu vergleichen. • Dienstleistungsstrategien anhand des 7P-Modells zu planen und umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Brand Management im Dienstleistungsmarketing • Personal Branding • Markenpositionierung • Stärkung von Kunden:innenbeziehungen • Preis- und Vertragsmodelle • CRM für Dienstleister:innen • Service Design • Weiterentwicklungen von Dienstleistungen • Kommunikationskampagnen für Branding, Leadgenerierung, Lead Nurturing und Rückgewinnung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Kund:innenprofile und Kund:innenbewertung

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der Kunden:innenorientierung in Unternehmen zu präzisieren. • verschiedene Instrumente und Methoden des Customer Profiling zu einzuordnen. • Kunden:innen anhand von Persönlichkeitsprofilen zu beurteilen. • interkulturelle Kompetenzen als Grundvoraussetzung für erfolgreiches Customer Relationship Management (CRM) zu beurteilen. • die kulturellen Unterschiede in der Kommunikation mit Kunden:innen und die Anpassung von CRM an kulturelle Aspekte zu integrieren. • Kunden:innenprofile (Buyer Personas) zu produzieren.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Arten von Kunden:innenprofilen • Buyer Persona Template • Persönlichkeit und Konsum • Psychologische Grundlagen der Verhaltenssteuerung von unterschiedlichen Persönlichkeitsprofilen • Definition Kunden:innenwert • Methoden der Kunden:innenbewertung • Customer Profiling und Arten von Kunden:innenprofile • Kulturbegriff, Interkulturalität und Transkulturalität • Kulturerfassungsansätze und Kulturmodelle • CRM und kulturelle Aspekte • Interkulturelle Kommunikation, Kunden:innenkontakte, Missverständnisse und Kunden:innenorientierung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Kund:innenanalyse und zielgruppenbezogenes CRM

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben des Customer Experience Managements zu beschreiben. • Ziele und Aufgaben der Kunden:innenanalyse zu unterscheiden. • eine Zielgruppenanalyse durchzuführen. • die Ergebnisse aus der Kunden:innen(wert)analyse zu analysieren und in Hinblick auf erforderliche Maßnahmen einzuschätzen. • Customer Relationship Management in Unternehmen zu integrieren.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Experience Management vs. Customer Relationship Management • Methoden der Bedürfnisanalyse • Digitales Customer Relationship Management • Kunden:innenanalysen <ul style="list-style-type: none"> - ABC-Kunden:innenanalyse - Customer Lifetime Value - Scoring Modelle - Kunden:innenportfolioanalyse - Kunden:innenprofitabilitätsanalyse • CEM- und CRM-Software • Implementierung von Customer Relationship Management
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Customer Lifecycle Management

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">• den Kunden:innenlebenszyklus zu erläutern und• in das Kunden:innenbeziehungsmanagement einzuordnen.• Modelle des Käufer:innenverhaltens zu vergleichen und einzusetzen.• estehendes Lead Management zu analysieren und• auf dessen Zielerreichung hin zu überprüfen.• erfolgreiches CLM zu planen und in Unternehmen umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none">• Kunden:innenlebenszyklus• Kunden:innenverhaltensmodelle• Marktsegmentierungsmodelle• Käufer:innentypologien• Lead Management• Kunden:innenbindung
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Grundlagen der Kommunikation

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Theorie des kommunikativen Handelns zu beschreiben. • die unterschiedlichen Arten der Kommunikation (verbal, non-verbal, paraverbal, visuell) zu unterscheiden. • Kommunikationsstörungen nach Schulz von Thun zu erkennen und zu lösen. • die fünf Axiome nach Watzlawick zu analysieren. • die eigene Kommunikation zu überprüfen, zu reflektieren und Verbesserungspotentiale umzusetzen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Intra- und Interpersonelle Kommunikation • Kommunikationsforschung • Werbewirkungsmodelle • Dissonanztheorie • Verbale, Paraverbale, Non-Verbale und Visuelle Kommunikation • Kommunikationsstörungen und Lösungen nach Schulz von Thun • Die fünf Axiome nach Watzlawick • Transaktionsanalyse • Gewaltfreie Kommunikation • Organisationale Kommunikation
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

Modul Interkulturelle Kund:innenorientierung

Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Unterschiede zwischen internationalem Marketing und interkulturellem Marketing zu beschreiben, • interkulturelle Dimensionen von Kommunikation einzuordnen, • die unterschiedlichen Wahrnehmungen von Zeit und Raum in interkulturellen Kontexten gegenüberzustellen, • Konflikte interkulturellen Ursprungs zu untersuchen und im entsprechenden Kontext einzuschätzen, • Instrumente interkultureller Kunden:innenorientierung auszuwählen und zu planen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturalität und Transkulturalität • Zeit im interkulturellen Kontext • Raum im interkulturellen Kontext • Interkulturelle Dimensionen • Interkulturelle Kunden:innen- und Mitarbeiter:innenkontakte • Interkulturelle Kompetenz • Konfliktmanagement
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.



**ICH WILL
MEHR VOM
LEBEN**



Berufsförderungsinstitut Wien

Alfred-Dallinger-Platz 1 | 1030 Wien

information@bfi.wien

+43 1 811 78 - 10100

www.bfi.wien