

Seminar BWL: Wahlblock Dienstleistungsmanagement

„Dienstleistungsstrategien und Dienstleistungsmarketing“

Hausarbeit: Jeder Seminarteilnehmer hat die Aufgabe zu einem der Themen eine Hausarbeit zu verfassen. Zur Aufgabe der Erstellung der Hausarbeit gehört es insbesondere, geeignete Literaturquellen (wirtschaftswissenschaftliche Fachzeitschriften, Monographien, Sammelbände etc.) eigenständig zu erschließen.

Formale Anforderungen: Die Hausarbeit soll einen Umfang von insgesamt 7500-8500 Wörtern nicht unter- bzw. überschreiten. Als Schriftgrad ist 12 Pkt. bei Schrifttyp Times New Roman oder 11 Pkt. bei Arial zu wählen. Ansonsten gelten die Vorgaben unter:
<http://www.fh-wedel.de/online-campus/pruefungsamt/richtlinien/abschlussarbeiten/>

Wichtige Termine: Die geplante Gliederung der Arbeit ist im Rahmen der Sprechstunde oder einer sonstigen Terminvereinbarung spätestens bis zum **16. März** vorzustellen. Die Hausarbeit ist spätestens bis zum **14. Mai 2012 (12:00 Uhr)** abzugeben.

Abgabeform: Ein Exemplar und eine mit der Hausarbeit verbundene CD mit Word-Datei der Arbeit und Internetquellen.

Referat: Das Thema der Hausarbeit ist als Referat vorzustellen, bei mehrfacher Themenvergabe ist eigenständig für eine Abstimmung der Referate zu sorgen. Die Termine für die Referate werden noch festgelegt, der erste Termin wird etwa eine Woche nach Abgabe liegen, die weiteren Themen folgen dann wöchentlich (d.h. kein Blockseminar).

Themenvergabe: 9.1.2012, 17:00, Seminarraum 2. Vergabe restlicher Themen in den nachfolgenden Sprechstunden. **Jedes Thema wird maximal zweimal vergeben.**

Themenbereich I: Dienstleistungsstrategie

- 1) Geschäftsmodelle von Internet-Dienstleistern
- 2) Dienstleistungsnetzwerke: Die Analyse von Netzwerkeffekten bei Dienstleistungen
- 3) Zur Bedeutung von Low-cost-Strategien im Dienstleistungssektor
- 4) Franchising als Internationalisierungsstrategie
- 5) Hybride Angebote: Dienstleistungsstrategien von Industrieunternehmen

Themenbereich II: Dienstleistungsmarketing

- 6) Entwicklungslinien im Dienstleistungsmarketing
- 7) Servicescapes – zur Bedeutung und Funktion der „Dienstleistungshülle“
- 8) Die Rolle des internen Marketings im Dienstleistungsmanagement
- 9) Eine „Service-Dominant Logic for Marketing“: Mögliche Konsequenzen eines Sichtweisenwechsels?

Literaturhinweise: Zu den Themen finden Sie ausgewählte Quellen auf dem Handout-Server. Hierbei handelt es sich lediglich um Einstiegshilfen. Jede Bearbeitung eines Themas setzt voraus, dass Sie eigenständig weitere Quellen einbeziehen.