

Seminar BWL: „Der Kunde im Fokus“

Zielgruppe: Das Seminarangebot richtet sich an Studierende im Bachelorstudiengang BWL mit der Vertiefung DLM, andere Bachelorstudiengänge sind auch möglich.

Hausarbeit: Die Hausarbeit soll einen Umfang von insgesamt 7500-8500 Wörtern nicht unter- bzw. überschreiten. Als Schriftgrad und -typ ist 11 Pkt. Arial zu wählen. Ansonsten gelten die Vorgaben unter:

<http://www.fh-wedel.de/online-campus/pruefungsamt/richtlinien/abschlussarbeiten/>

Abgabeform Hausarbeit: Ein Exemplar der Hausarbeit und eine Mail mit dem Worddokument der Hausarbeit.

Literatur: Zur Aufgabe der Erstellung der Hausarbeit gehört es insbesondere, geeignete Literaturquellen (wirtschaftswissenschaftliche Fachzeitschriften, Monographien, Sammelbände etc.) eigenständig zu erschließen!

Referat: Jedes Seminarthema ist in einem Referat vorzustellen. Bei mehrfacher Vergabe des gleichen Themas erfolgt eigenständig eine Abstimmung der Referate. Die Termine für die Referate werden noch festgelegt, der erste Termin wird etwa zwei Wochen nach Abgabe liegen, die weiteren Themen folgen dann wöchentlich.

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 **18. Mai 2016 (12:00 Uhr)** abzugeben.

Themenvergabe: 11.1.2016, 15:30-16:00, Seminarraum 2 (Altbau). Vergabe restlicher Themen in den nachfolgenden Sprechstunden.

Themenbereich I: Serviceorientierung

- 1) Serviceorientierung – Konzepte und Beispiele
- 2) Serviceorientierung der Mitarbeiter als kritischer Erfolgsfaktor

Themenbereich II: Kundenzufriedenheit

- 3) Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit
- 4) Zufriedenheitsmessung: Servqual und Servperf im Vergleich
- 5) State of the Art von Kundenzufriedenheitsbefragungen

Themenbereich III: Kundenbindung und- loyalität

- 6) Zur Beziehung von Zufriedenheit, Kundenbindung und Kundenloyalität
- 7) Instrumente des Kundenbeziehungsmanagements für Dienstleister
- 8) Churn Management: Abwanderung und Rückgewinnung von Kunden
- 9) Kundenwertkonzepte und Kundenwertmessung