

IHRE BERUFSPERSPEKTIVEN

Tätigkeit in Unternehmen

- deren Hauptaufgabe in der Entwicklung und Bereitstellung von Dienstleistungen am Markt besteht (Dienstleistungen als Primärleistung, z. B. Finanzdienstleistungsbereich)
- der Produktions-Branchen, in denen Dienstleistungen zunehmend begleitend zur Hauptleistung angeboten und vermarktet werden (Dienstleistungen als Sekundärleistung) Absolventen/innen sollten Managementaufgaben sowohl im Rahmen der Entwicklung als auch Vermarktung von Dienstleistungen ausfüllen können.

ZULASSUNG

Bewerben können sich alle Absolventen betriebswirtschaftlicher Bachelor Studiengänge einer staatlich oder international anerkannten Hochschule, die eine wissenschaftlich fundierte Spezialisierung in dienstleistungstheoretischen Fragen wünschen.

Bachelor-Absolventen aus der BWL nahe stehenden Studiengängen (z. B. Wirtschaftsingenieure, Wirtschaftsjuristen) können unter Nachweis ausreichender betriebswirtschaftlicher Vorkenntnisse bzw. nachträglicher Erbringung dieser Vorleistungen zugelassen werden.

IHRE BEWERBUNG

Ihr Bewerbungsbogen steht Ihnen über die Homepage der Hochschule Pforzheim zum Download bereit oder kann im Studentensekretariat angefordert werden.

Senden Sie bitte den ausgefüllten Bewerbungsbogen zusammen mit den studiengangspezifischen Unterlagen, wie Lebenslauf, Zeugnisse, Motivationsschreiben, Tätigkeitsnachweise, zwei Lichtbilder und Empfehlungsschreiben, sowie einen Nachweis über sehr gute Deutschkenntnisse bei Ausländern an die umseitige/nachfolgende Adresse.

Bewerbungsschluss ist jeweils der 15. Juni eines Jahres.

ADRESSE

Hochschule Pforzheim

Graduate School
Tiefenbronner Straße 65
75175 Pforzheim, Germany
E-Mail: graduate-school@hs-pforzheim.de

Sekretariat Bereich Marketing/Kommunikation

Gudrun Hesselschwerdt
E-Mail: gudrun.hesselschwerdt@hs-pforzheim.de
Telefon: 07231 - 28-6075
Fax: 07231 - 28-6070

Leitung des Studiengangs

Prof. Dr. Konrad Zerr
E-Mail: konrad.zerr@hs-pforzheim.de
Telefon: 07231 - 28-6206
Wissenschaftliche Assistenz: 07231 - 28-6511

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage der Hochschule Pforzheim unter www.hs-pforzheim.de

Stand: 10.09.08 (Version 1)

FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT UND RECHT

**MASTER OF ARTS
IN SERVICE MARKETING (MSM)**

WARUM EINEN MASTER IN SERVICE MARKETING?

-> weil es im Service Marketing einen hohen Bedarf an akademisch qualifizierten Arbeitskräften gibt, der sich in den nächsten Jahren noch erheblich verstärken wird.

Dienstleistungen sind Zukunft! In Dienstleistungsbranchen und dienstleistungsnahen Bereichen produzierender Unternehmen arbeiten inzwischen mehr als zwei Drittel der Beschäftigten. Mit wachsender Tendenz. Sie sind in den Industrieländern zu einem entscheidenden volkswirtschaftlichen Faktor geworden. Die rasante technologische Entwicklung verstärkt diesen Wachstumstrend. Insbesondere das Internet bietet eine neue Plattform für innovative Dienstleistungen.

In Folge steigt die weltweite Nachfrage nach qualifizierten, mit den Besonderheiten der Dienstleistungsökonomie vertrauten Akademikern. Für Deutschland ist sogar mit einer überproportionalen Steigerung zu rechnen. Im weltweiten Vergleich gibt es hier Nachholbedarf.

Dies bietet gute Arbeitsmarktchancen für Absolventinnen und Absolventen des MSM.

WARUM AN DER HOCHSCHULE PFORZHEIM?

-> weil wir hier sehr profiliert sind, umfangreiche Kontakte zu Wirtschaft und Wissenschaft haben und unseren international renommierten Bachelor ergänzen wollen.

Die Hochschule Pforzheim bietet beste Voraussetzungen für eine spezifische Ausbildung im Dienstleistungsmarketing. Marketing hat hier eine lange Tradition. Die Lehrenden sind ausgewiesene Experten des Dienstleistungsmarketing, mit umfangreichen Erfahrungen aus Theorie und Praxis. Die Praxisnähe wird gestärkt durch vielseitige Kontakte zu führenden Unternehmen aus unterschiedlichen Dienstleistungsbranchen (Finanzen, Luftfahrt, Internet, Telekommunikation, Beratung etc.). Die im Dienstleistungsbereich existierende Perspektivenvielfalt findet dadurch Eingang in die Lehre. Eine moderne technische Ausstattung unterstützt die Studierenden beim Üben und Lernen.

Pforzheim liegt in einer der wirtschaftlich dynamischsten Regionen Deutschlands, eingerahmt von der „Internethauptstadt“ Karlsruhe und der Automobilregion Stuttgart.

WAS SIND DIE INHALTE DES MSM?

-> für Dienstleistungsunternehmen Strategien entwickeln und operativ umsetzen können, mit den dafür erforderlichen Fach- und Führungskennnissen.

Der Master of Arts in Service Marketing (MSM) ergänzt die meist funktionale Ausrichtung der Marketingausbildung in den Bachelor-Studiengängen durch eine institutionelle Vertiefung auf akademischem Niveau. Ausgehend von den besonderen Herausforderungen bei der Vermarktung von Dienstleistungen lernen die Studierenden, eigenständig strategische Dienstleistungsmarketingkonzepte zu entwickeln, mittels spezifischer Ansätze der Dienstleistungsmarktforschung und des Dienstleistungscontrolling empirisch abzusichern und auch die technologischen Voraussetzungen zur Umsetzung von Dienstleistungsstrategien zu berücksichtigen. Da in Dienstleistungsunternehmen den Mitarbeitern eine ganz besondere Bedeutung bei der Vermarktung zukommt, stehen zudem Kompetenzen zur Mitarbeiterführung im Fokus der Ausbildung.

Es werden notwendige Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt, damit qualifizierte Nachwuchsführungskräfte, zur dynamischen Entwicklung eines Dienstleistungsunternehmens leistungsgerecht beitragen können.

DER STUDIENGANG IM ÜBERBLICK

Abschlussgrad: Master of Arts in Service Marketing (MSM)

Studiendauer: 3 Semester

Credits/SWS: 90 Credits / 42 SWS

Art/Profiltyp: konsekutiver, anwendungsorientierter Studiengang

Beginn: jeweils zum Wintersemester

Zulassungszahl: max. 25 Studierende

IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- Einzigartiger hochqualifizierter und akkreditierter Studienabschluss (Master of Arts, M.A.), speziell bezogen auf die Unternehmensfunktion Marketing und die Spezifika des Dienstleistungssektors.
- Eine praxisnahe und anwendungsorientierte Ausbildung setzt eine wissenschaftlich fundierte Forschung auf hohem Niveau voraus.
- Individuelle Betreuung der Studierenden in kleinen Gruppen.
- Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen zum höheren öffentl. Dienst.

INHALT UND STRUKTUR IHRES STUDIUMS

Modul 1 / Grundlagen des Dienstleistungsmarketing

- 1.1 Grundlagen der Führung in Dienstleistungsunternehmen
- 1.2 Dienstleistungsökonomik für Service-Gesellschaften

Modul 2 / Strategien und Instrumente des Dienstleistungsmarketing

- 2.1 Strategien des Dienstleistungsmarketing
- 2.2 Instrumente des Dienstleistungsmarketing

Modul 3 / Technologien des Dienstleistungsmarketing

- 3.1 Zukunftstechnologien für Dienstleistungen (Internet etc.)
- 3.2 Prozess-Technologien für Dienstleistungen (CRM u. a.)

Modul 4 / Marktforschung für Dienstleistungen

- 4.1 Spezifische Aspekte der Dienstleistungsmarktforschung
- 4.2 Innovations- und Akzeptanzforschung im Servicebereich

Modul 5 / Führung in Dienstleistungsunternehmen

- 5.1 Mitarbeiterführung
- 5.2 Interkulturelles Service Management
- 5.3 Qualitätssicherung und Controlling von Dienstleistungen

Modul 6 / Wahlpflichtfächer

Im 2. Semester wird ein Katalog an Wahlpflichtfächern angeboten, um Ihre einzelnen ganz individuellen fachlichen Interessen, auch fachgebietsübergreifende Themen, zu vertiefen. Dieser wird kontinuierlich den aktuellen Trends und theoretischen Weiterentwicklungen angepasst.

Modul 7 / Projekt

Innerhalb der Projektarbeiten werden die theoretischen Konzepte und Modelle in Aufträgen externer Unternehmen transformiert.

Thesis

Die Thesis wird im 3. Semester umgesetzt.