



Vom "Service" zur Mission der ISS und den Studienzielen des B.A. Service Management

1. Der Begriff "Service"

"Eine Dienstleistung (Service) ist eine Interaktion zwischen Anbietern und Kunden zur Wertschöpfung bei allen Beteiligten."

Darunter fallen nach dem Verständnis der ISS im Einzelnen:

- immaterielle und nicht voll lagerfähige Leistungen,
- die Erstellung weitgehend individualisierter Leistungen, die interaktiv mit dem Auftraggeber erfolgt,
- Leistungen, die von einem Dienstleistungsunternehmen überwiegend als Kernleistung erstellt werden, oder
- Leistungen, die von einem Produktionsunternehmen als produktbegleitende Zusatzleistung (Value Added Service) erstellt werden, sowie
- Leistungen, die meist zwei und mehr Komponenten (Technik/Produkte, Software, Systeme, Finanzierungen, Leistungen, u.a.m.) integrieren und so Lösungen für Kunden erzeugt.

Dienstleistungen müssen dabei einen Wertbeitrag in den Nutzungsprozessen der Nachfrager und beim Anbieter erzeugen. Im Mittelpunkt steht die kundenorientierte Dienstleistungserstellung mit einer Ergebnis- und Erlebniskomponente.

Service in diesem Sinne kann in der Wertschöpfungskette B2B (Business to Business) wie B2C (Business to Consumer) geleistet werden. Dabei kommen zunehmend technologiebasierte und internationale Leistungssysteme zum Einsatz.

Aus dieser Begriffserläuterung "Service" und aus der Mission leitet sich das Studienziel und der Aufbau des Curriculums des ISS-Programms B.A. "Service Management" ab.



2. Mission der ISS International Business School of Service Management

Wir qualifizieren anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert Fach- und Führungskräfte für das Servicemanagement zur erfolgreichen Realisierung von zukunftsorientierten Dienstleistungen in national und international tätigen Unternehmen.

3. Mission des Programms B.A. "Service Management"

Wir befähigen engagierte, am Service Business interessierte Menschen dazu, die Bedeutung und die Besonderheiten von Dienstleistungen in unterschiedlichen Märkten zu erkennen und entsprechende Dienstleistungsangebote strukturiert und branchenunabhängig zu entwickeln, zu planen, zu erbringen und laufend zu verbessern.

Darauf aufbauend, werden die Absolventen in der Lage sein, eine erfolgreiche berufliche Karriere im Service zu gestalten und für ihre Unternehmen einen nachhaltigen Wertbeitrag zu leisten.

4. Realisierung der Mission im B.A. "Service Management"

Die ISS International Business School of Service Management liefert ihren Studierenden eine fachlich qualifizierte Ausbildung im allgemeinen Management mit dem Anwendungsschwerpunkt im Service Management.

Das Studium kann sowohl berufsbegleitend als auch in Vollzeitform durchgeführt werden und führt zu einem berufsqualifizierenden Abschluss als Bachelor of Arts "Service Management". Zusätzlich zu den fachspezifischen Inhalten werden persönlichkeitsbildende Führungsfähigkeiten gelehrt. Das Studium vermittelt einen Einblick in das Internationale Service Business. Es befähigt die Absolventen, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden.

Der Abschluss befähigt weiter zu einem anschließenden Masterstudium. Das Programm ist durch seine Struktur besonders geeignet zur Integration in ein betriebliches Aus- und Weiterqualifizierungssystem.



5. Ableitung des Studienziels und der Inhalte aus der Mission, Aufbau des Curriculums BA "Service Management"

Zielsetzung des BA "Service Management" ist die Qualifikation von Fach- und Führungskräften für das Service Management, damit diese Dienstleistungen an der Kundenerwartung orientiert entwickeln und erbringen sowie laufend optimieren können. Dabei steht das betriebswirtschaftliche Management der Dienstleistungen im Fokus, es geht darum, verschiedene Komponenten wie Produkte, technisches Know-How, Finanzierung, Leistungssysteme und andere Komponenten als Gesamtlösung zusammen mit dem Kunden in dessen Prozess zu integrieren – und dies mit wirtschaftlichem Nutzen für den Kunden und das eigene Unternehmen.

Im Rahmen des betriebswirtschaftlichen Studiums ist - aufbauend auf branchenübergreifenden Elementen eines Dienstleistungsmanagements mit internationaler Ausrichtung - die Wahl von Spezialisierungsfächern möglich, die dazu befähigen, zum einen themenspezifisches und zum anderen branchenspezifisches Spezial-Know-How im Service Business anzuwenden.

Der Studiengang ist also in besonderer Weise für Personen geeignet, die betriebswirtschaftliche Kenntnisse als Basis für eine erfolgreiche Tätigkeit in der Dienstleistungswirtschaft einsetzen wollen.

Die Zielgruppe des Studiums verfügt in der Regel noch nicht über einen akademischen Abschluss, sondern

- über ein Abitur und/oder eine praktische Ausbildung,
- eine Fachwirt- oder Meisterqualifikation,
- eine langjährige Berufspraxis.

Der Studienverlauf folgt der Entwicklung von Dienstleistungen und deren Erbringung, beginnend bei dem Kundenwunsch einerseits und der eigenen unternehmerischen Grundausrichtung andererseits. Es werden Kenntnisse vermittelt, die eine wirtschaftliche Gestaltung von Dienstleistungen u.a. unter Berücksichtigung des wesentlichen Produktionsfaktors "Personal" ermöglichen. Darauf baut dann die Konzeption und Entwicklung von Dienstleistungen auf sowie das Projektmanagement und die Leistungserbringung, die Service-Produktion mit den Schwerpunkten Geschäftsprozesse und Ressourcen Management. Qualitätsmanagement und Service-Controlling, die in der Dienstleistungswirtschaft eine besondere Rolle spielen, sichern dann eine kontinuierliche Optimierung. Weiter werden rechtliche Aspekte der Zusammenarbeit von Kunde und Lieferant im Dienstleistungsbusiness behandelt.

Den Abschluss des Curriculums bilden mögliche Spezialisierungen in zwei Wahlpflichtbereichen und zwar zum einen mit einer themenspezifischen und zum anderen einer branchenspezifischen Ausrichtung.

Mit der Bachelor Thesis zeigt der Student dann auf, wie er die erlernten Elemente des Dienstleistungsmanagements an einem Praxisbeispiel erfolgreich zur Anwendung bringen kann. Die Bachelor Thesis gibt natürlich auch die Möglichkeit der Behandlung eines aktuellen Themas aus der Service-Science.



Ablauf des Bachelorstudiums

Die Module des Studienprogramms werden in Lehrveranstaltungsblöcken von 5 bis 8 Tagen zusammengefasst. Pro Semester ergeben sich 3 bis 4 Blöcke.

Damit kann in einer **berufsbegleitenden Variante** (Studiendauer 7 bis 8 Semester) parallel zum Studium die berufliche Tätigkeit beibehalten werden oder es können bei der **Vollzeitvariante** (Studiendauer 6 Semester) Praxisphasen in der Zeit außerhalb der Studienblöcke vorgesehen werden.

Eine besondere Ausgestaltung der Vollzeitvariante ist das **duale Studium**, bei dem der/die Studierende durch ein Unternehmen ausgewählt und angestellt und das Studium durch eine vertragliche Regelung zwischen dem/der Studierenden, dem Unternehmen und der Hochschule geregelt wird. Diese Variante eignet sich besonders für Unternehmen, die frühzeitig ihren Führungsnachwuchs aufbauen und ihn in seiner Entwicklung begleiten möchten.

Berufsbegleitende Variante

1. Jahr (1. und 2. Semester):

Aufnehmen des Kundenwunsches und Prinzipien der erfolgreichen Gestaltung eines Dienstleistungs- /Service Business.

Mit der Vermittlung der Elemente von Unternehmensführung und des Service Business wird der Teilnehmer in die Lage versetzt, die dienstleistungsorientierte Ausrichtung von Unternehmen zu fördern.

Die Ermittlung des Kundenwunsches ist der zweite Schwerpunkt des ersten Jahres. Hier werden relevante Methoden vermittelt, die eine Beurteilung der Bedürfnisse der Kunden ermöglichen, um hieran in den nachfolgenden Schritten die eigenen Dienstleistungen auszurichten.

Nach dem ersten Jahr ist der Student in der Lage, das eigene Unternehmen dienstleistungsorientiert zu positionieren und er weiß, wie der Kundenwunsch systematisch ermittelt wird. Damit ist die Plattform für eine erfolgreiche Gestaltung von Dienstleistungen im Unternehmen gelegt.

2. Jahr (3. und 4. Semester)

Im zweiten Jahr stehen im Fokus die Methoden für Wirtschaftlichkeit, Personalführung und eine optimale Gestaltung des Dienstleistungsangebotes.

Im Ergebnis kennen die Studenten die erfolgskritischen Faktoren des Dienstleistungsgeschäftes und können sie gezielt nutzen. Die Dienstleistung ist entwickelt und die Plattform für die Umsetzung im operativen Geschäft gelegt.

3. Jahr (5. und 6. Semester)

Im dritten Jahr steht im Fokus die kundenorientierte Organisation des Service sowie das Design der Dienstleistung (Service Engineering). Mit einem Seminar und dem Praxisprojekt werden die bis dahin erarbeiteten Themen in die Anwendung gebracht.

Als Ergebnis des dritten Jahres ist die Plattform für die Erbringung der Dienstleistung in der Praxis gelegt, der Planungsprozess ist abgeschlossen.



4. Jahr (7. und 8. Semester)

Das vierte Jahr hat den Schwerpunkt der Serviceproduktion und Optimierung sowie der Spezialisierungsmöglichkeit.

Jetzt steht die Serviceproduktion mit dem Ressourcen-Management im Fokus. Geschäftsprozesse werden realisiert und optimiert. Qualitätsmanagement und Servicecontrolling sind wichtige Elemente für die kontinuierliche Verbesserung, an der Kundenerwartung orientiert.

Rechtliche Aspekte des Dienstleistungsmanagements runden den Studiengang ab – sie sind von erheblicher Bedeutung für ein erfolgreiches Handeln im Service und für das Miteinander von Kunde und Dienstleister.

Die Spezialisierungen

bieten einen themenspezifischen und einen branchenspezifischen Aspekt. Studenten können sich entsprechend der persönlichen Möglichkeiten ein Spezial-Know-How für ihre spätere Praxis aneignen.

Im Ergebnis des vierten Jahres hat der Student den gesamten Prozess der kundenorientierten Entwicklung und Realisierung bis zur Optimierung von Dienstleistungen wissenschaftlich fundiert und an verschiedenen Praxisanwendungen aufgezeigt. Er ist in der Lage, sein Wissen systematisch und strukturiert in die Praxis einzubringen.

Vollzeit-Variante

1. Jahr (1. und 2. Semester):

Aufnehmen des Kundenwunsches und Prinzipien der erfolgreichen Gestaltung eines Dienstleistungs- /Service Business. Mit der Vermittlung des Service Business und der Elemente einer erfolgreichen Unternehmensführung wird der Teilnehmer in die Lage versetzt, die dienstleistungsorientierte Ausrichtung von Unternehmen zu fördern. Die Ermittlung des Kundenwunsches ist der zweite Schwerpunkt des ersten Jahres. Hier werden relevante Methoden vermittelt, die eine Beurteilung der Bedürfnisse der Kunden ermöglicht, um hieran in den folgenden Schritten die eigenen Dienstleistungen auszurichten.

Nach dem ersten Jahr ist der Student in der Lage, das eigene Unternehmen dienstleistungsorientiert zu positionieren und er weiß, wie der Kundenwunsch systematisch ermittelt wird.

Damit ist die Plattform für eine erfolgreiche Gestaltung von Dienstleistungen und die Durchführung im Unternehmen gelegt.

2. Jahr (3. und 4. Semester)

Im zweiten Jahr stehen im Fokus die Methoden für Wirtschaftlichkeit, Personalführung und eine optimale Gestaltung des Dienstleistungsangebotes.

Im Ergebnis kennen die Studenten die erfolgskritischen Faktoren des Dienstleistungsgeschäftes und können sie gezielt nutzen. Die Dienstleistung ist entwickelt, damit die Plattform für die Umsetzung der kundenorientierten Organisation für das operative Geschäft gelegt.

Ebenfalls im Fokus stehen Fragen der Personalführung, ein Seminar und ein



Praxisprojekt. Mit diesen Modulen werden die Studenten befähigt, die Bedeutung der Führung von Mitarbeitern im Service Business zu erkennen und im Seminar Wege für einen erfolgreichen Transfer des Wissens zu erarbeiten.

Mit einem Seminar und den zwei Praxisprojekten, von denen eines im Ausland durchgeführt werden muss, werden die bis dahin erarbeiteten Themen zur Anwendung gebracht.

Als Ergebnis des zweiten Jahres ist die Plattform für die Erbringung der Dienstleistung in der Praxis gelegt, der Planungsprozess ist abgeschlossen.

3. Jahr (5. und 6. Semester)

Das dritte Jahr hat den Schwerpunkt der Serviceproduktion und Optimierung sowie der Spezialisierungsmöglichkeit. Jetzt steht die Serviceproduktion mit dem Ressourcen-Management im Fokus. Geschäftsprozesse werden realisiert und optimiert.

Qualitätsmanagement und Servicecontrolling sind wichtige Elemente für die kontinuierliche Verbesserung, an der Kundenerwartung orientiert.

Rechtliche Aspekte des Dienstleistungsmanagements runden den Studiengang ab – sie sind von erheblicher Bedeutung für ein erfolgreiches Handeln im Service und das Miteinander von Kunde und Dienstleister.

Die Spezialisierungen

bieten einen themenspezifischen und einen branchenspezifischen Aspekt. Studenten können sich entsprechend der persönlichen Möglichkeiten ein Spezial-Know-How für ihre spätere Praxis aneignen.

Im Ergebnis des dritten Jahres hat der Student den gesamten Prozess der kundenorientierten Entwicklung und Realisierung bis zur Optimierung von Dienstleistungen wissenschaftlich fundiert und an verschiedenen Praxisanwendungen aufgezeigt. Er ist in der Lage, sein Wissen systematisch und strukturiert in die Praxis einzubringen.

Im ersten und dritten Jahr werden Skills vermittelt, die bei Dienstleistungen eine besondere Rolle spielen, neben wissenschaftlichem Arbeiten stehen im Fokus eine kundenorientierte Kommunikation, Präsentationstechniken, das Thema Führung und Teamarbeit sowie die interkulturelle und interdisziplinäre Zusammenarbeit im Dienstleistungsbusiness.

Wirtschaftsenglisch, fokussiert auf das Service Business, schafft die Basis für das zweite Praxisprojekt, welches obligatorisch im Ausland abgeleistet werden muss.