

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Customer Relationship Management CRM</b>	
<b>Semester</b>	WPF	
<b>ECTS-Punkte (Dauer)</b>	5 (1 Semester)	
<b>Art</b>	Wahlpflichtfach	
<b>Studentische Arbeitsbelastung</b>	54 h Kontaktzeit + 96 h Selbststudium	
<b>Voraussetzungen (laut BPO)</b>		
<b>Empf. Voraussetzungen</b>		
<b>Verwendbarkeit</b>	BaIBS	
<b>Prüfungsform und -dauer</b>	Gruppenarbeit, Klausur 1h	
<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	Vorlesung, Übungen	
<b>Modulverantwortlicher</b>	Gündling	
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Das Modul CRM versetzt die Studierenden in die Lage, ein CRM-Konzept (spezifisch zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Unternehmen in der Praxis) zu entwickeln. Sie erlernen die beziehungsorientierte Planung, Durchführung und Kontrolle aller interaktiven Prozesse mit dem Kunden. Darüber hinaus erhalten sie einen Überblick über die Grundlagen des CRM sowie dessen Konzeptionierung auf Basis der Kundenlebenszyklen und der Erfolgskette als Managementprinzip. Sie lernen CRM- Systemösungen, deren Einsatzgebiete und zentralen Funktionen kennen. Das Wissen kann direkt auf die berufliche Tätigkeit angewendet werden. Es werden ausgewählte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung gelehrt und entsprechend vertieft. Dabei erfolgt auch ein Austausch mit Fachvertretern.</p>	
<b>Lehrinhalte</b>	<p>Inhaltlich umfasst das Modul neben der theoretischen Fundierung die Situationsanalyse, Zielplanung und Kundensegmentierung sowie die Strategieentwicklung mithilfe verschiedener Instrumente (z. B. Portfolioanalyse). Hieran schließt sich die Ausgestaltung des CRM-Instrumentariums sowie die Implementierung von CRM als strategisch-konzeptionellen und systemtechnischen Ansatz im Unternehmen an. Die Kontrolle des CRM-Erfolges wird über integrierte Kontrollsysteme wie die Balanced Scorecard sichergestellt.</p>	
<b>Literatur</b>	<p>Neueste Ausgabe: Bruhn, Manfred: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen  Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.)  Hippner, Hajo: Grundlagen des CRM  Rapp, Reinhold: Customer Relationship Management  Winkelmann, Peter: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung</p>	
<b>Lehrveranstaltungen</b>		
<b>Dozent</b>	<b>Titel der Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>
Gündling	Customer Relationship Management CRM	4