

Urs Jacoby

Dienstleistungsmarketing im IT-Bereich

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplom.de
ISBN: 9783832452612

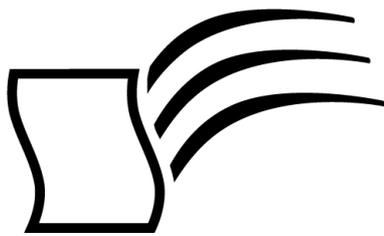
Urs Jacoby

Dienstleistungsmarketing im IT-Bereich

Urs Faulstich

Dienstleistungsmarketing im IT- Bereich

Diplomarbeit
an der Universität - Gesamthochschule Kassel
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Januar 2002 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 5261

Faulstich, Urs: Dienstleistungsmarketing im IT-Bereich / Urs Faulstich - Hamburg: Diplomica GmbH, 2002

Zugl.: Kassel, Universität - Gesamthochschule, Diplom, 2002

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1. Einführung	1
2. Verständnis des IT-Managements als Dienstleistungsbereich.....	4
2.1 Zum Begriff der Information und Informationstechnologie	4
2.2 IT und Organisation.....	6
2.3 Entwicklung der IT - Von der Datenverarbeitung zur Informationsverarbeitung.....	9
2.3.1 Technische Entwicklung.....	9
2.3.2 Entwicklung der Anwendungen.....	12
2.4 Informationsmanagement und IT-Management	14
2.4.1 Die Bedeutung der Information als Ressource	16
2.4.2 Informationsmanagement	17
2.4.3 IT-Management.....	22
2.5 Die Notwendigkeit eines Dienstleistungsmarketings für den IT-Bereich	23
3. Dienstleistung und Marketing.....	27
3.1 Die Dienstleistung.....	28
3.2 Besonderheiten für das Marketing.....	36
3.3 Dienstleistungsqualität und Qualitätsmanagement.....	47

4. Anwendung des Dienstleistungsmarketings im IT-Bereich	55
4.1 Mögliche Dienstleistungen	57
4.2 Definition der vom Kunden benötigten Dienstleistungen	58
4.3 Anwendung des Marketing – Mixes	60
5. Resumée und Ausblick.....	63
Literaturverzeichnis.....	66
Eidesstattliche Erklärung.....	71

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der Arbeit	2
Abbildung 2: Ebenenmodell des Informationsmanagements	18
Abbildung 3: Einordnung der Aufgaben des Informationsmanagements in das Ebenenmodell	20
Abbildung 4: Ebenenmodell des Informationsmanagements	21
Abbildung 5: Marketing – Verbund – Kasten.....	35
Abbildung 6: Strategische Unternehmens- und Marketingplanung	45
Abbildung 7: Gliederung des IT – Bereiches in Geschäftsprozesse nach Kargl	57
Abbildung 8: Überblick zu dem Inhalt der Kapitel	63