

Strategier och marknadsföring i tjänsteföretag

Fristående- och programkurs

7.5 hp

Service Management and Marketing

722G60

Gäller från:

Fastställd av

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

Fastställandedatum

2007-06-29

Revideringsdatum

2013-02-13

Huvudområde

Företagsekonomi

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G1X

Kursen ges för

- Civilekonomprogrammet

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs allmän behörighet för högskolestudier samt de särskilda behörighetsreglerna (tröskelregler), vilka gäller för programmen.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- välja och använda begrepp och modeller för att beskriva och analysera ett företag ur ett serviceperspektiv
- identifiera styrkor och svagheter hos företag som arbetar med service som en del av sitt erbjudande
- ge råd till företag om hur serviceperspektivet påverkar företagets effektivitet

Kursinnehåll

Det specifika i marknadsföringsstrategier och marknadsföringssynsätt som kännetecknar tjänsteföretagen utgör ramen för kursen. Tyngdpunkten ligger på frågor om arbete med produktion och management i tjänsteföretag. Såväl servicekvalitetens innehåll som kundrelationens påverkan på lönsamheten diskuteras i kursen. I detta sammanhang lyfts även de anställdas roll fram.

Undervisnings- och arbetsformer

Undervisningen omfattar föreläsningar för att presentera helheter och strukturer. Ett gruppvis genomfört projektarbete för att diskutera och utveckla förståelsen av kursens innehåll. Seminarier för diskussion av aktuella artiklar inom området samt för redovisning och diskussion av projekten. Grupphandledning av projekt.

Examination

Kursen examineras genom gruppuppgifter och en individuell skriftlig tentamen. Detaljerad information återfinns i studiehandledningen.

Betygsskala

,

Övrig information

Planering och genomförande av kurs skall utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som skall ingå i varje kurs skall därför behandla frågan om hur kursen överensstämmer med kursplanen. Kursen bedrivs på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenhet och kunskaper synliggörs och utvecklas.

Institution

Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling