

Service Management and Marketing

Fristående- och programkurs

7.5 hp

Service Management and Marketing

723G45

Gäller från: 2016 VT

Fastställd av

Filosofiska fakultetens kvalitetsnämnd

Fastställandedatum

2015-03-13

Huvudområde

Företagsekonomi

Utbildningsnivå

Grundnivå

Fördjupningsnivå

G1F

Kursen ges för

- Civilekonomprogrammet, internationellt - Franska
- Civilekonomprogrammet
- Civilekonomprogrammet, internationellt - Spanska
- Civilekonomprogrammet, internationellt - Tyska

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen gäller den behörighet som krävs för tillträde till programmet.

Lärandemål

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna:

- beskriva de mest centrala teoretiska koncepten, modeller och teorier inom ledning och marknadsföring av tjänster
- förstå rollen av tjänster för samhälle, företag och kunder
- föreslå marknadsföringsåtgärder som ett företag kan genomföra för att förbättra tjänstekvaliteten
- analysera situationer i ett företag från ett tjänstemarknadsföringsperspektiv, identifiera problem och mönster, föreslå underbyggda lösningar och reflektera över resultatet av föreslagna lösningar
- kritiskt analysera och integrera marknadsföringskunskap samt uttrycka den i tal och skrift

Kursinnehåll

Under introduktionen av kursen diskuteras ledning och marknadsföring av tjänster och dess roll för samhälle, företag och kunder. Kursinnehållet är organiserat för att innehålla ett urval av perspektiv och aktuella frågeställningar inom ledning och marknadsföring av tjänster.

Den första delen av kursen tar upp centrala modeller för ledning och marknadsföring av tjänster. Denna del innehåller:

- gap-modellen för tjänstekvalitet
- servuktionsmodellen
- tjänsters egenskaper (IHIP)
- tjänstelogik

Den andra delen handlar om att förstå tjänstemötet och innehåller:

- anställdas roll vid leverans av tjänst
- kunders roll vid leverans av tjänst
- tjänstekvalitet och kundtillfredsställelse
- förväntningar och upplevelse av tjänster

Tredje delen handlar om hur företag arbetar med utveckling och leverans av tjänster. Denna del innehåller:

- tjänsteutveckling och innovation
- tjänstefiering
- servicescape
- marknadsundersökningar

Ett återkommande tema i kursen är att förstå tjänstemötet och 'sanningens ögonblick'.

Undervisnings- och arbetsformer

Kursen är organiserad genom en kombination av föreläsningar, seminarier och grupparbete. Föreläsningarna ger perspektiv på kursens innehåll och kommer inte att upprepa hela omfattningen av kurslitteraturen. Studenter kan komma att förbereda och genomföra uppgifter till seminarier och gruppuppgifter. Undervisningsspråket är engelska.

Examination

Kursen examineras genom grupparbete och individuell skriftlig examination. Detaljerad information återfinns i studiehandledningen.

Studierande, vars examination underkänts två gånger på kursen eller del av kursen, har rätt att begära en annan examinator vid förnyat examinationstillfälle.

Den som godkänts i prov får ej delta i förnyat prov för högre betyg.

Betygsskala

Tregradig skala, U, G, VG

Övrig information

Planering och genomförande av kurs ska utgå från kursplanens formuleringar. Den kursvärdering som ska ingå i varje kurs ska 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